

# TU v Liberci, FAKULTA PEDAGOGICKÁ

461 17 LIBEREC 1, Hálkova 6

Tel.: 485 352 515

Fax: 485 352 332

Katedra: českého jazyka a literatury

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(pro magisterský studijní program)

**pro (diplomant)** Barbora Eliášová  
**adresa:** Jilemnického 296, Ústí nad Orlicí 562 01  
**obor (kombinace):** český jazyk – německý jazyk

**Název DP:** Stylové difference ve vyjadřování mužů a žen

**Název DP v angličtině:** Style differences in utterances of men and of women

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

**Konzultant:** .....

**Termín odevzdání:** 15. 05. 2007

Pozn. Podmínky pro zadání práce jsou k nahlédnutí na katedrách. Katedry rovněž formulují podrobnosti zadání. Zásady pro zpracování DP jsou k dispozici ve dvou verzích (stručné.resp. metodické pokyny) na katedrách a na Děkanátě Fakulty pedagogické TU v Liberci.

**V Liberci dne** 15. 05. 2007

.....

**děkan**

.....

**vedoucí katedry**

**Převzal (diplomant):** Barbora Eliášová

**Datum:** .....

**Podpis:** .....

**Název DP:** Stylové difference ve vyjadřování mužů a žen

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

### **Východiska, cíle, metody:**

Seznámit se s problematikou tzv. stylotvorných faktorů, speciálně s problematikou existence tzv. mužského a ženského stylu, resp. mužských a ženských komunikačních strategií. Na tomto základě stanovit soubor stylových rysů, které jsou pokládány za charakteristické na jedné straně pro mužské, na druhé straně pro ženské vyjadřování. Tento soubor rysů aplikovat na dostatečně rozsáhlý a diferencovaný soubor textů produkovaných jednak ženami, jednak muži. Mělo by jít zejména o tyto oblasti: novinová publicistika, ilustrované časopisy, programově feministické a „maskulinistické“ texty, populární literatura ženská (typ: Červená knihovna) a mužská (typ: Rodokaps), umělecké texty psané ženami a psané muži apod.

Na základě stylové analýzy určit, nakolik rysy mužského a ženského vyjadřování daným textům odpovídají, zda lze konstatovat rysy další, případně zda jsou v některých oblastech difference potlačeny.

Podle výsledků analýzy formulovat závěry týkající se existence a povahy mužského a ženského stylu.

### **Literatura**

Čmejrková, S.: Kdo je Ty? Jazyk pro dívčí časopis aneb syntetizovaná čtenářka. In: Jazyk a jeho užívání. Sborník k životnímu jubileu O. Uličného. Praha 1996, s. 265–274.

Čmejrková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: F. Daneš a kol.: Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha 1997, s. 146–159 (tam i další literatura).

Čmejrková, S.: Ženy v televizních interview, diskusích a debatách. In: Přednášky z XLVII. běhu Letní školy slovanských studií. Praha 2004, s. 19–38.

Hoffmannová, J.: Stylistika a ... Praha 1997.

Hoffmannová, J.: Hodnocení, intenzifikace a STYL v lexiku časopisů pro ženy. In: Sborník prací Filozoficko-přírodovědecké fakulty Slezské univerzity v Opavě. Řada jazykovědná (D), roč. 3. Opava 2003, s. 73–85.

Hoffmannová, J.: „Outfit“ a „look“ českých magazínů pro ženy. Je jejich jazyk a styl dost „trendy“? In: Přednášky z XLVII. běhu Letní školy slovanských studií. Praha 2004, s. 63–74.

Jelínek, M.: Stylistika. In: Příruční mluvnice češtiny. Praha 1995, s. 699–780.

Moldanová, D. (ed.): Žena – jazyk – literatura. Ústí nad Labem 1996 (zvl. příspěvek M. Jelínka: Existuje obecný styl ženský a mužský? – tam i další literatura).

Müllerová, O.: Dialog s muži a ženami – rozdíly a shody. In: Přednášky z XLVII. běhu Letní školy slovanských studií. Praha 2004, s. 85–96.

Nebeská, I.: Jak píší české feministky. Naše řeč 80, 1997, s. 19–25.

Tannenová, D.: Ty mi prostě nerozumíš, aneb jak spolu mluví ženy a muži. Praha 1995.

Technická univerzita v Liberci  
FAKULTA PEDAGOGICKÁ

---

**Katedra:** českého jazyka a literatury  
**Studijní program:** 2. stupeň  
**Kombinace:** český jazyk–německý jazyk

STYLOVÉ DIFERENCE VE VYJADŘOVÁNÍ MUŽŮ A ŽEN  
STYLE DIFFERENCES IN UTTERANCES OF MAN AND  
WOMAN  
DIE STILUNTERSCHIEDE IN ÄUßERUNGEN VON  
FRAUEN UND MÄNNERN

**Diplomová práce:** 05–FP–KCL– 005

**Autor:**  
Barbora Eliášová

**Podpis:**

**Adresa:**  
Jilemnického 296  
562 01, Ústí nad Orlicí

**Vedoucí práce:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

**Konzultant:**

**Počet**

stran	slov	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
88	23 379	0	44	11	0

V Liberci dne: 15. 05. 2007

## **Prohlášení**

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci dne: 15. 05. 2007

Barbora Eliášová

---

## **Poděkování**

Mé poděkování patří především panu Prof. PhDr. Petru Mareši, CSc. za cenné rady, odbornou pomoc, ochotu, trpělivost a vlídný přístup v průběhu vypracovávání diplomové práce. Dále chci poděkovat svým blízkým za jejich duševní podporu. Děkuji také všem, kteří byli ochotni účastnit se výzkumu a našli si čas na vyplnění dotazníku.

# **STYLOVÉ DIFERENCE VE VYJADŘOVÁNÍ MUŽŮ A ŽEN**

**ELIÁŠOVÁ Barbora**

**DP–2007**

**Vedoucí DP:** Prof. PhDr. Petr Mareš, CSc.

## **Resumé**

Diplomová práce podává přehled o stylistických faktorech, které dokazují existenci rozdílů v mužských a ženských komunikačních strategiích. Tyto rozdíly byly prokázány na konkrétních textech určených pro příslušníky daného pohlaví. Jednalo se zejména o tyto oblasti: ilustrované časopisy, populární literatura ženská (typ: Červená knihovna) a mužská (typ: Rodokaps), internetové články, internetové diskuze apod. Součástí práce je výzkum prováděný formou dotazníku, který prokázal obecný názor, že muži a ženy komunikují odlišně.

## **STYLE DIFFERENCES IN UTTERANCES OF MAN AND WOMAN**

### **Summary**

This Diploma Thesis summarises the style factors which provide evidence of the existence of differences between men's and women's communications strategies. These differences were established as a result of a review of existing texts created specifically for either men or women. These texts included: illustrated magazines; popular women's books; popular men's books; internet articles and internet discussions. Part of this work is based on a questionnaire, the results of which give further credence to the thesis, that specific differences exist in the communication styles of men and women.

## **DIE STILUNTERSCHIEDE IN ÄUßERUNGEN VON FRAUEN UND MÄNNERN**

### **Zusammenfassung**

Diese Diplomarbeit gibt den Überblick von stilbildenden Faktoren, die die Unterschiede zwischen der männlichen und der weiblichen Kommunikationsstrategien beweisen. Diese Unterschiede wurden auf den konkreten Texten erwiesen, die für Frauen oder für Männern spezifiziert wurden. Es handelt sich namentlich um diesen Gebieten: illustrierte Zeitschriften, populäre Frauen- und Männerliteratur (sog. Rodokaps), Internetartikeln, Internetdiskussionen u.a. Einen Teil der Arbeit bildet die Erforschung mittels eines Fragebogens, die die allgemeine Meinung bewies, dass Männer und Frauen unterschiedlich kommunizieren.

## Obsah:

- 1.0 **Úvod**
- 1.1 Obecné názory
- 1.2 Výsledky zkoumání dle Linkeové
  - 1.2.1 Charakteristika resp. preference určitých způsobů při vyjadřování jednotlivých pohlaví
  - 1.2.2 Interpretační modely řečového počínání specifikovaného pohlavím
- 2.0 **Výzkum**
- 3.0 **Konkretizace rozdílů**
- 3.1 Rovina fonetická
- 3.2 Rovina morfologická
  - 3.2.1 Rod v jazyce
  - 3.2.2 Přechylování a deklinace příjmení
- 3.3 Rovina lexikální a tematická
- 3.4 Rovina textová
  - 3.4.1 Konverzace
    - 3.4.1.1 Internetové diskuze
- 4.0 **Prokázání rozdílů na konkrétních textech**
- 4.1 Časopisy
  - 4.1.1 Časopis pro dívky
    - 4.1.1.1 Čtenářka jako individuum
    - 4.1.1.2 Iluze společné zkušenosti a porozumění
  - 4.1.2 Časopis pro moderní ženu
    - 4.1.2.1 Ženský vzhled jako důležitá vlastnost ženy
    - 4.1.2.2 Boj ženy s mužem
  - 4.1.3 Časopis pro moderního muže
    - 4.1.3.1 Muž jako věčný pokusitel a dobrodruh
    - 4.1.3.2 Boj muže se ženou
    - 4.1.3.3 Muž jako pán tvorstva, žena jako „věc“
- 4.2 Reklama
- 4.3 Knižní publikace
  - 4.3.1 „Harlequinky“
  - 4.3.2 Rodokaps
- 5.0 **Závěr**
- 6.0 **Seznam použité literatury**
- 6.1 Prameny literární
- 6.2 Internetové zdroje

## 1.0 Úvod

### 1.1 Obecné názory

Zkoumání řeči v souvislosti s pohlavím není žádným novým tématem lingvistického bádání. Tzv. **genderlect** (analogicky k dialektu, idiolektu, sociolektu) je termín pro jazyk, resp. vyjadřovací styl determinovaný pohlavím.<sup>1</sup> Pojmem **gender** je v angloamerické literatuře označováno hlubší rozdělení mužskosti a ženskosti, které jsou dány jednak pohlavím - čili fyzickými rozdíly lidského těla – a jednak také psychologickými, sociologickými a kulturními rozdíly obou skupin. Mnoho rozdílů mezi osobami mužského a ženského pohlaví není biologického původu a rozlišením pojmů *gender* a *pohlaví* dosáhla sociologie nového pohledu na celou věc. Výsledkem je vlastně ono obecné chápání genderu jako maskulinity a feminity. Zajímavé je, že ženské „zmaskulinnění“ je obecně přijímáno mnohem lépe než naopak mužské „zfemininnění“. Žena, jež dosáhla skvělého výsledku v typicky mužských oblastech (jako je automobilismus, paragliding, ...) se obvykle těší velké úctě a uznání, avšak muž, který vyniká například ve vyšívání, žehlení, kosmetickém líčení apod., je naopak hodnocen spíše negativně a stává se předmětem výsměchu, jako by ve své původní funkci neuspěl.

Zájem o rozdíly ve vyjadřování příslušníků jednotlivých pohlaví přichází spolu s feminismem, tedy západním hnutím a ideologií spojenou s bojem žen za rovnoprávnost. Feminismus vychází z dualismu pohlaví a klade si za cíl odstranit doposud vládnoucí dominanci mužů (patriarchát). Svůj teoretický koncept představuje ve své druhé vlně v šedesátých letech dvacátého století a spolu s ním představuje také novou disciplínu, tzv. **feministickou lingvistiku**, která usiluje o to postihnout vliv jazyka na genderové stereotypy. Zkoumá například komunikační difference, vliv jazyka na formování osobnosti, diskriminaci jazyka na základě pohlaví apod.<sup>2</sup>

Jazyk je nejen naším nástrojem komunikace, nýbrž slouží i jako formovač našich postojů a našeho vnímání a myšlení. Není to gender, kdo ovlivňuje náš způsob projevu; naopak naše komunikační zvyklosti náš gender spoluvytvářejí.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Hoffmannová, J.: *Stylistika a...* .Praha: TRIZONIA, 1997.

<sup>2</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Feminismus>

<sup>3</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3feministickalingvistika.html>



## 1.2 Výsledky zkoumání dle Linkeové

Linkeová ve své knize *Studienbuch Linguistik* uvádí podkapitolu s názvem *Beispiel für neuere soziolinguistische Forschung: Untersuchungen zum geschlechtsspezifischen Sprachverhalten*, v níž představuje výsledky zkoumání badatelů a badatelek v oblasti sociolingvistické. Linkeová uvádí konkrétní otázky, na které se snažili najít odpověď:

- *Gibt es Unterschiede im sprachlichen Verhalten von Frauen und Männern?*
- *Welcher Natur sind diese Unterschiede und wann und wie kommen sie zum Tragen?*
- *Wie sind diese Unterschiede zu bewerten?*

Výsledky týkající se genderlectu pojala Linkeová následujícím způsobem:

### 1.2.1 Charakteristika resp. preference určitých způsobů při vyjadřování jednotlivých pohlaví

Výzkumy posledních dvaceti let, které byly prováděny zpočátku především v USA, prokázaly, že lze určité difference vyjadřování vysledovat prakticky na všech jazykových rovinách.

V rovině **hlasové, artikulační a intonační** ženy více tíhnou k tomu, aby se podřídily normám dané situace, kdežto muži si zachovávají svůj obvyklý způsob řeči. Mimo to ženy hovoří často méně hlasitě a mají své charakteristické ženské intonační výkyvy.

Co se týče **slovní zásoby**, tvrdí se, že ženy se spíše vyhýbají vulgárním výrazům a častěji využívají zeslabené formy. Kromě toho jsou lidé ovlivněni i svým typicky mužským či ženským povoláním. Je všeobecně známo, že jazyk každého z nás je zásadně (jazykově) ovlivněn prostředím, ve kterém se vyskytujeme, a tudíž například inženýr chemie bude pravděpodobně hovořit víceméně jinak než klavírní virtuózka – soustružník jinak než pokladní v divadle a policista jinak než zdravotní sestřička.

Ženy vykazují ve srovnání s muži více verbálně orientovanou **stavbu věty** a to je markantní především v psané řeči. Ženy se dále častěji uchylují k užívání kratších vět a projevují celkovou tendenci k užívání syntaktických struktur řeči mluvené.

Při verbální interakci lze u žen upozorovat na menší **aktivitu**, než je tomu u ústního projevu mužů, kteří hovoří obvykle déle. Tato měřitelná fakta odporují obecným představám: na otázku, kdo z obou pohlaví hovoří více, většina jedinců jednoznačně zvolí ženu. Naše – tedy mužské a ženské – vnímání se zdá být řízeno rozdílnými činiteli. Ženy bývají častěji přerušovány, naopak častěji než muži určují téma hovoru. Záleží ovšem na muži, zda toto téma do hovoru přijmou, nebo jej budou ignorovat. Ženy mají tendenci vztahovat výpověď na svoji osobu (*mně se zdá, že...; já bych to viděla...; mohly bychom...*), muži naproti tomu častěji zobecňují svou výpověď (*musí se to vidět tak...; je dobré...*), ženy používají častěji tzv. „tag-questions“ - tázací dovětky (*...,nemám pravdu? ..., že ne?... , nemyslíš?... , ne snad?*).

### 1.2.2 Interpretační modely řečového počínání specifikovaného pohlavím

#### **Ženské nedostatky vs. ženské kvality**

Je zajímavé, jaké deficity lze spatřit v počátcích výzkumů genderlectu při interpretaci stanovených odlišností. Tázací dovětky a tzv. hedging – oslabování platnosti výpovědi (*já myslím..., řekla bych..., mně se zdá...*) byly zpočátku chápány jako známka nejistoty či nejasnosti, přičemž v mužské řeči byla řídkost těchto vyjádření obecně přijata za normu. Teprve uvědomění si a zamítnutí této mylné představy umožnilo prozkoumat všechny podobné tag-questions nezaopatřené a bez předsudků. Tag-questions představují organizační jednotky jazyka a v podstatě jsou prázdnými frázemi, které mají ovšem důležitý úkol, a to zintenzivnit kontakt s komunikačním partnerem, signalizovat zakončení vlastního komunikačního příspěvku a současně nabídnout partnerovi možnost vstupu či dotazu, pokud předchozímu neporozuměl. To, co bylo původně bráno jako známka podřízenosti, se naopak ukázalo jako signál nesobecké, silné orientace na komunikačního partnera a jako výraz interakčního chování zaměřeného na jeho porozumění a souhlas. Jelikož jsou podobné jazykové prostředky patrné především ve vyjadřování žen, nabízí se okamžitě téma polemiky, zda nejsou ženy dokonce *lepšími lidmi* než muži, kteří v konverzaci dokazují svou sobeckost. Žena, tradičními stereotypy rozdělených rolí odpradávná chápána jako starostlivá matka a pečovatelka, stojí ve zcela jiném světle než onen silný, udatný a na výkon a úlovek orientovaný muž. Toto odvěké patriarchální dělení společnosti nachází své dědictví právě i v komunikaci. Konečná hypotéza je taková, že se v ženském vyjadřovacím způsobu neprojevují jakési typicky ženské prvky, ale že se jedná o jazyk podřízené poloviny, tedy žen

stojících ve společenské hierarchii níže než muži. To už je ale otázka jiné problematiky než lingvistické.

### **Jazyk sbližení vs. jazyk distance**

Další teorie, prosazovaná především švédskými lingvisty, interpretuje zřejmé rozdíly v komunikačním počínání mužů a žen jako ohlasy rozdílné interpretace dané situace a okolního světa. Ženy si mnohem častěji než muži vykládají libovolné situace jako něco důvěrného, hovoří s osobou i při oficiálnějším styku stále jako s individuem, nikoliv jako se zástupcem nějaké skupiny či instituce, a tomu přizpůsobí i svůj jazyk. To však neznamena, že by ženy oficiální mluvou nedisponovaly. Pouze ji řidčeji aktualizují.

Tendence žen používat i v psaných textech parataktickou stavbu věty typickou naopak pro texty mluvené, stejně jako při veřejných situacích, v nichž muži silně upřednostňují stavbu hypotaktickou, je jen další potvrzením předchozí domněnky.

### **Orientace na souhlas vs. orientace na konflikt**

Další teorií, slučitelnou s oběma z výše jmenovaných, je výklad rozdílů jako výraz kooperativního či na souhlas orientovaného ženského interakčního způsobu, proti mužskému způsobu orientovanému na výsledek a konflikt (spor).

Podobně je tomu u humoru doprovázejícího komunikaci. Žena žertu a humoru používá za účelem vlastní integrace do skupiny a vytvoření dobrého komunikačního klimatu. Muž naopak vtipkuje s úmyslem projevit sociální kontrolu, jeho způsob komunikace je kompetitivní, soutěživý.

Americká lingvistka a specialistka na komunikaci mezi muži a ženami Deborah Tannenová tvrdí, že ženy v komunikaci směřují k vzájemnému přiblížení, k horizontální rovině, chtějí vyvolat dojem, že jsou na tom všichni podobně. Naopak muži usilují o to zachovat si a dokázat své hierarchické zařazení, pro ně je jasně dáno, kdo stojí „výš“ a kdo „níž“. Jejich rovina je naopak vertikální. – Tato rozdílnost vede k tomu, že ženy a muži interpretují stejné jednání jinak.<sup>4</sup>

Každý vyzorovaný rozdíl mezi pohlavími je bohužel vnímán tak, že ten, kdo se odlišuje, jsou ženy – které se odlišují od normy, již představují muži. Muž je brán jako normativní, žena jako ta, jež se s normou rozchází.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Linke, Angelika u.a.: *Studienbuch Linguistik*. Tübingen: Niemeyer, 1991.

<sup>5</sup> Tannenová, Deborah: *Ty mi prostě nerozumíš*. Praha: Mladá fronta, 1995.

Přední česká odbornice na genderovou lingvistiku Jana Valdrová se ve svém článku *Je přechylování spisovné?* zabývá opět otázkou genderu v jazyce. Jazyk je dle Valdrové nositelem kultury, tedy i nositelem kultury mezilidských vztahů. Prostřednictvím jazyka se produkují, kontrolují a předávají společenské hierarchie. Jazyk podle genderové lingvistiky (jež je nadřazena feministické lingvistice) konstruuje sociální pohlaví – gender – a ten vzniká a upevňuje se v každodenní interakci. *Na českých postojích k feministické lingvistice lze podle Valdrové přesně doložit strategie odporu, jak je definovala 1990 Hellinger. Odpůrkyně*<sup>6</sup> 1) **předstírají**, že patriarchalistické struktury se neodrážejí v jazyce; že „genericke“ maskulinum zahrnuje i ženy; 2) **chlácholí** veřejnost, že vztah mezi jazykovou a sociální diskriminací je nevýznamný a není třeba jazyk reformovat; 3) **ignorují** opatření na jazykové zrovnoprávnění žen, ; 4) **varují** před znečistněním textu vinou rodově korektních konstrukcí; 5) **pohrdají** feministickými lingvistkami jako „agitátorkami“, vytýkají jim nevědeckost; 6) **zesměšňují** feministickou lingvistiku zkreslenými příklady a emotivními komentáři.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Je zajímavé, že Valdrová zde provokativně nahrazuje obvyklé genericke maskulinum femininem.

<sup>7</sup> Valdrová, J.: *Je přechylování spisovné?* In: *Spisovnost a nespisovnost - zdroje, proměny a perspektivy. Sborník z mezinárodní konference*. Minářová, E./K. Ondrášková (eds.). Brno: PdF MU, 2004, s. 172-177

## 2.0 Výzkum

V předchozí části jsem se pokusila stručně nastínit obecné rozdíly v komunikaci obou pohlaví. Pro ověření některých z domnělých názorů byl proveden menší výzkum na základě pravidel formulovaných Miroslavem Dismanem v knize *Jak se vyrábí sociologická znalost*.<sup>8</sup> Byl sestaven dotazník, který byl předán k vyplnění jistému vzorku populace, který čítal 138 osob. Na základě hypotézy, že ženská a mužská komunikace se liší, bylo zvoleno několik otázek, které měly hypotézu potvrdit, či vyvrátit. Pilotní studie byla prováděna pouze ústně v okruhu známých osob a na jejím základě vzniklo přesvědčení, že výzkum bude mít smysl. Předvýzkum použit nebyl, neboť zkušenosti z pilotní studie byly dostatečně přesvědčivé. Výsledky dotazníku jsou následující:

Otázka č.1 a 2: *Myslíte si, že ženy hovoří jinak než muži?*

### Mužské odpovědi

ano	ne
66	3

### Ženské odpovědi

ano	ne
68	2

### MUŽI mluví více:

#### Mužské odpovědi

společně	<b>hrubě</b>	chytře	povýšeně	<b>přímo, upřímně</b>
<b>23</b>	<b>27</b>	8	1	<b>28</b>

rozumně	<b>šáskovsky, vtipně</b>	emocionálně	zdlouhavě	<b>stručně</b>
8	<b>19</b>	2	1	<b>29</b>

---

<sup>8</sup> Disman, Miroslav: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum, 2002.

### Ženské odpovědi

sprostě	hrubě	chytře	povýšeně	přímo, upřímně
14	<b>34</b>	2	14	<b>20</b>

rozumně	šaškovsky, vtipně	emocionálně	zdlouhavě	stručně
1	<b>18</b>	1	2	<b>39</b>

### ŽENY mluví více:

#### Mužské odpovědi

sprostě	hrubě	chytře	povýšeně	přímo, upřímně
6	0	4	6	4

rozumně	šaškovsky, vtipně	<b>emocionálně</b>	<b>zdlouhavě</b>	stručně
4	1	<b>27</b>	<b>32</b>	8

### Ženské odpovědi

sprostě	hrubě	chytře	povýšeně	přímo, upřímně
0	2	1	1	9

rozumně	šaškovsky, vtipně	<b>emocionálně</b>	<b>zdlouhavě</b>	stručně
6	1	<b>33</b>	<b>29</b>	2

Jedna dívka připsala, že *ženy nic neřeknou na rovinu a více taktizují*, jeden muž uvedl, že *ženy jsou vyčůrané*.

Otázka č.3: *Jaký pozdrav používáte při setkání s přáteli?*

**Mužské odpovědi**

<u>VĚK</u>	15-18	20-45	50-X	celkem
Ahoj!	11	8	7	26
Čau!	13	7	0	20
Čauky!	1	0	0	1
<b>Zdar!</b>	<b>21</b>	<b>10</b>	1	<b>32</b>
Nazdar kámo!	2	0	1	3
Tě péro!	1	0	0	1
Hi!	1	1	0	2
Čus!	2	1	0	3
Zdarec!	1	0	0	1
Čaf!	1	0	0	1
Čabas!	2	0	0	2
Čest!	1	0	0	1
Buduj vlast, posílíš mír!	1	0	0	1
Čua / Buď zdrav	1	1	0	2

**Ženské odpovědi**

<b>VĚK</b>	15-18	20-45	50-X	celkem
Ahoj!	17	9	12	38
Čau!	17	6	0	23
<b>Čauky!</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	0	<b>22</b>
Zdar!	4	0	0	4
Nazdar kámo!	2	0	0	2
Tě péro!	1	1	0	2
Hi!	3	0	0	3
Čus!	3	1	0	4
Čauvec!	2	2	2	6
Nazdárek!	1	0	0	1
Hello!	1	0	0	1
Hoj!	3	0	0	3
Ahojec!	1	0	0	1

Ahojky	12	0	0	12
Čest!	1	0	0	1

Otázka č. 3B: *Jaké gesto při tom používáte?*

#### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
mávnutí rukou	12	8	6	26
pohození hlavou	13	7	4	24
plácnutí po rameni	6	0	3	9
Jemné bouchnutí pěstmi (po americkém stylu)	4	2	0	6
žádné	4	6	1	11

Další varianty: *podání ruky (2), plácnutí dlaní o čelo, podání ruky.*

#### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
mávnutí rukou	9	2	2	13
pohození hlavou	3	5	1	9
plácnutí po rameni	4	1	0	5
Jemné bouchnutí pěstmi (po americkém stylu)	0	0	0	0
<b>žádné</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>47</b>

Další varianty: *plácnutí po zadku, kývnutí hlavou, objetí*

Otázka č. 4: *Jaký výraz používáte pro oslovení své matky?*

#### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
maminko	0	1	8	9
mami	20	13	10	43
matko	0	0	0	0
mamino	7	1	0	8



máti	1	0	0	1
mutr	0	0	0	0
křestní jméno	0	0	0	0
mamko	3	0	0	3

Další varianty (u skupiny 20-X): *babičko, babi, babko*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
<b>maminko</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>29</b>
mami	28	11	8	47
matko	0	0	0	0
mamino	2	0	1	3
máti	0	0	0	0
mutr	0	1	0	1
křestní jméno	1	0	0	1
mamko	4	2	1	7
<b>mamčo</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>13</b>

Otázka č. 5: *Jaký výraz používáte, když o matce hovoříte s přáteli?*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
maminka	0	0	6	6
<b>máma</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>36</b>
matka	7	2	0	9
mamina	1	4	0	5
máti	1	2	0	3
mutr	0	0	0	0
křestní jméno	1	0	0	1
mamka	3	3	0	6

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
maminka	0	1	12	13

máma	9	2	1	12
matka	6	1	0	7
mamina	8	1	0	9
máti	6	0	0	6
mutr	0	1	0	1
křestní jméno	1	0	0	1
<b>mamka</b>	<b>16</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>26</b>
<b>mamča</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>16</b>

Otázka č. 6: *Jaký výraz používáte pro oslovení svého otce?*

#### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
tatínku	0	2	6	8
táto	7	4	9	20
otče	0	2	0	2
tati	16	19	5	40
taťko	2	2	0	4
fotříku	0	1	0	1
papá	0	0	0	0
taťuldo	0	1	0	1
křestní jméno	0	0	0	0

Další uvedené varianty byly *taťkus*, *tatíne* a *přezdívkou*.

#### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
tatínku	3	1	9	13
táto	2	2	0	4
otče	2	0	0	2
tati	26	14	3	43
<b>taťko</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>21</b>
fotříku	0	1	0	1
papá	1	0	0	1
<b>taťuldo</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>

křestní jméno	2	0	0	2
---------------	---	---	---	---

Další varianty: *foggy, oci, ocko, papí, starouši.*

Otázka č. 7.: ***Jaký výraz používáte, když hovoříte o otci s přáteli?***

#### **Mužské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
tatínek	0	1	6	7
<b>táta</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>38</b>
<b>otec</b>	13	<b>11</b>	3	<b>27</b>
taťka	7	2	0	9
fotřík	0	3	0	3
papá	0	2	0	2
taťulda	0	0	0	0
křestní jméno	0	0	0	0

Další variantou (jedenkrát zmíněnou)**odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
tatínek	0	1	9	10
táta	7	9	2	18
otec	5	1	0	6
<b>taťka</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>32</b>
fotřík	0	1	0	1
papá	0	0	0	0
<b>taťulda</b>	<b>6</b>	2	0	<b>8</b>
křestní jméno	0	0	0	0

Další varianty byly *foggy, tatík*, opět po jednom zastoupení.

Otázka č. 8.: ***Jak označíte atraktivní ženu?***

#### **Mužské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
krasavice	1	0	9	10
kočka	13	14	5	32

roštěnka	2	1	0	3
baba	1	5	0	6
kost	1	1	0	2
kus	3	2	0	5
cool	1	0	0	1
sexy	2	0	0	2

Další varianty: *fešanda, kráska, dáma, pěkná žába, šťavajzna, luxusní kočička, krásná dívka, she is hot.*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
krasavice	3	0	3	6
kočka	17	12	9	38
roštěnka	0	1	0	1
baba	3	3	0	6
kost	0	2	0	2
kus	1	3	0	4
cool	0	1	0	1
sexy	0	2	0	2

Další varianty: *ta se má; zase jedna, co měla štěstí; pěkná (3), nijak.*

Otázka č. 9.: *Jak označíte atraktivního muže?*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
krasavec	1	1	2	3
playboy	1	1	0	2
machr	3	4	0	7
kus	0	1	0	1
cool	0	1	0	1

Další varianty: *kořen (2), týpek, nijak/ neoznačuji (14), neprohlížím si muže (1), fešák, buzík, buzna, delfín, emanuel, plážovka, šampón, elegán, borec, frajer, bizon, bejk, krásný muž, kanec, pohledný.*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
krasavec	10	3	8	21
playboy	0	2	0	2
machr	1	0	2	3
kus	8	8	2	18
cool	2	1	0	3

Další varianty: *hezounek, kočák, kočičák, borec (2), kořen (7), sexy (2), kolík, fešák (2), kocour (2), týpek(3), prdelka, hezoun, týpan, suprchlap, Škubánek, chalan, pěknej chlap (3).*

Otázka č. 10.: ***Jak oslovujete svého kamaráda/kamarádku?***

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
jménem	28	19	12	59
přezdívkou	27	20	3	50
brácha/ségra	3	2	0	5
kámo	1	1	0	2
neoslovuji	0	0	0	0

Další varianty: *vole (4), strupe, lamo.*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
jménem	28	16	13	57
přezdívkou	18	5	0	23
brácha/ségra	1	0	0	1
kámo	0	1	0	1
neoslovuji	0	1	1	2

Otázka č.11: ***Jak nazýváte peníze?***

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
peníze	11	16	13	40
prachy	16	12	0	28

prašule	2	1	0	3
money	5	3	0	8
oběživo	0	1	0	1

Další varianty: *škvára, chechtáky(2), koruny, buky, love, korunky*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
peníze	16	10	13	39
prachy	14	3	1	18
prašule	2	3	0	5
money	11	1	0	12
oběživo	4	1	1	6

Další varianty: *šušně (2), finance, love, koruny (3).*

Otázka č.12: *Jak hovoříte o policistech?*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
policisté/policie	3	5	6	14
policajti	13	16	9	38
chlupatý	2	1	0	3
benga	6	1	0	7
flojdi	2	1	0	3

Další varianty: *cajti (6), fízlové, poldové, švěstky (4), četníci.*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
policisté/policie	3	3	8	14
policajti	20	12	7	39
chlupatý	1	3	0	4
benga	8	1	0	9
flojdi	1	1	0	2

Další varianty: *cajti (3), polda, PČR, .*

Otázka č.13: *Jak oslovujete člověka, kterého milujete (partnera)?*

**Mužské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
miláčku	6	14	1	21
lásko	6	5	0	11
drahoušku	2	0	0	2
zlato	6	3	0	9
jménem	11	11	14	35

Další varianty: *kotě, andílku, mazlíčku, kočička, drahá, petrklíč, beruško(2), sluníčko.*

**Ženské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
miláčku	17	8	2	27
lásko	10	6	0	16
drahoušku	0	0	1	1
zlato	3	1	0	4
jménem	17	13	12	42

Další varianty: *zlatíčko, zdobnělina, broučku (5), brouku, bobane, milášku, šmudlíčku, kocourku, baby.*

Otázka č. 14: *Jaký výraz používáte, hovoříte-li o bezdomovci?*

**Mužské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
bezdomovec	9	19	15	43
homeless	4	2	0	6
houmlesák	7	2	0	9
člověk bez střechy nad hlavou	2	0	0	2

Další varianty: *bezďák (6), somr, bezdomáč, smrad'och.*

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
bezdomovec	15	12	13	30
homeless	1	3	0	4
houmlesák	16	4	0	20
člověk bez střechy nad hlavou	0	0	1	1

Další varianty: *bezďák* (4), *bezďáč*, *bezdemáč*, *Obdachloser*.

Otázka č. 15: *Při komunikaci s vaším partnerem hovoří:*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
více partner	9	7	3	19
více já	5	3	2	10
oba přibližně stejně	7	16	8	31
nevím	7	2	2	11

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
více partner	4	2	2	8
více já	3	11	5	19
oba přibližně stejně	19	14	5	38
nevím	3	1	2	6

Otázka č.16: *Při komunikaci s cizím či méně známým člověkem opačného pohlaví hovoří:*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
více ten druhý/ druhá	4	6	4	<b>14</b>
více já	3	2	2	7
nevím, jak kdy	21	20	9	40



### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
více ten druhý/ druhá	3	7	2	12
více já	7	7	8	<b>22</b>
nevím, jak kdy	18	14	4	36

Otázka č.17A: *Při práci ve skupině raději:*

### Mužské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
<b>určíme vedoucího, který bude veškeré důležité kroky řídit</b>	<b>17</b>	9	<b>10</b>	<b>36</b>
na každém kroku se dohodneme všichni společně	6	11	2	19
nevím	5	2	2	10

### Ženské odpovědi

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
určíme vedoucího, který bude veškeré důležité kroky řídit	6	5	3	14
<b>na každém kroku se dohodneme všichni společně</b>	<b>21</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>44</b>
nevím	2	3	2	7

Otázka č.17B:

#### **Mužské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
<b>Během práce se soustředím především na úkol a na něj se vztahuje i téma rozhovorů.</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>45</b>
Během práce si povídám s kolegy o všem možném.	10	5	4	19

#### **Ženské odpovědi**

	15-18 let	20-45 let	50-X let	celkem
Během práce se soustředím především na úkol a na něj se vztahuje i téma rozhovorů.	12	7	4	23
<b>Během práce si povídám s kolegy o všem možném.</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>41</b>

Hned úvodní otázka si kladla za cíl zjistit obecné mínění společnosti ohledně existence rozdílů v komunikaci. Drtivá většina si je jakési difference vědoma. Variantu **ne**, tedy muži nehovoří jinak než ženy, zvolilo pouze 5 dotázaných; 2 z nich však v další části otázky uvedli rozdíly.

Výsledky druhé otázky dokazují, že ženy jsou v obecném povědomí výmluvnější a emocionálnější; muži se naproti tomu obecně vyjadřují více sprostě a hrubě, jsou ve svém vyjádření upřímnější a dokáží se stručněji vyjádřit. Představy tedy jen dokládají skutečnost (viz. níže).

V oblasti pozdravů existuje domněnka, že pro muže je důležité posilovat soudržnost v komunitě, a proto využívají nejrozličnějších prostředků (např. právě pozdravů a pokřiků, na které je celé společenství dohodnuto) k přesvědčení, že situace je i nadále klidná (ve smyslu mírová, bezkonfliktní) a jedinec má v komunitě stále své místo. Ženy tak nečiní z důvodu ujištění se o míru, nýbrž tím dávají ostatním najevo svůj upřímný zájem o komunikačního partnera a ochotu přistoupit k další komunikaci. Toto zaměření je patrné i na současném užívání jazyka: u mužů oblíbený pozdrav *zdar* působí dojmem válečného pokřiku; ženské *ahojky, čauky* je naopak velice jemné až dětinské slovo. Výsledky se dále shodují s názorem, že muži inklinují k vyjádření pozdravu nejen verbálně, ale také za pomoci předem dohodnuté gestikulace, kterým vlastně nevědomky ukazují svou moc či opět soudržnost se skupinou.

Výraz *maminko* pro oslovení matky je muži zřejmě vnímán jako příliš zženštělý, a není proto vhodné, aby jej používal muž. To přísluší pouze ženám. Významný je také počet ženských odpovědí, který uvádí oslovení *mamčo*. V mužských dotaznících se nevyskytl ani jednou. Ženy pro oslovení rodičů používají více alternativ, muži jsou naopak méně originální a spokojí se s dvěma, resp. třemi základními výrazy.

Z výsledků též vyplývá, že ženy jsou při hodnocení více přející. Vidí-li jinou krásnou ženu (konkurentku), jsou s to ji patřičně ohodnotit. Muži naproti tomu raději předstírají, jako by si svého „soka“ ani nevšimli či se o něj nikterak nezajímali. Mají-li atraktivního muže pojmenovat, často použijí výraz naopak s negativní konotací (*buzík, buzna, delfín, emanuel, plážovka, šampón*).

Co se týče označení pro policisty, peníze a bezdomovce, z dotazníku nevyplývají žádné výraznější rozdíly. Poměr odpovědí u obou pohlaví je přibližně stejný.

Naopak v užití výrazů užívaných pro oslovení partnera je zřejmý výrazný rozdíl. U mužů jasně vítězí oslovení jménem, naopak u žen je obvyklé užití různých alternativ. Inspirací k zařazení této otázky do dotazníku byla zkušenost ze souvislé pedagogické praxe, prováděné dne 13. 2. 2006 v 9.A a 9.B třídě ZŠ Třebovská v Ústí nad Orlicí. Žáci obvykle jako odpověď na stejnou otázku – *Jak oslovujete milovanou osobu?* – uváděli běžná pojmenování (*miláček, láska, kočička, broskvička, pusinka*), naopak žákyně vyjmenovaly velké množství rozmanitých výrazů (*drahoušek, zlatíčko, brouček, čumáček, bobček, ňufíček, poklad, andílek, poupátko, skříteček, sluníčko, milášek, zlato, beruška, medvídek, ňunísek, tuřínek, ňufánek, pufíček, šmoula, milášínek, koloušek, šípeček, godzilka, gladiátor*).

Na otázku, kdo při komunikaci s partnerem hovoří více, ženy odpovídaly převážně variantou *více já* či *oba přibližně stejně*; u mužů převažovala odpověď *více partner* či *oba*

*přibližně stejně.* Pokud se jedná o komunikaci s osobou méně známou, odpovědi se nijak výrazně nelišily.

Poslední otázka měla za úkol vysledovat, která skupina vykazuje větší snahu o dominanci. Původní předpoklad, že mezi muži odpradávná panuje jistý řád a hierarchie, mezi ženami naopak snaha o kooperaci, byl v dotazníku potvrzen. Většina mužů při práci ve skupině raději zvolí vedoucího, který ostatní členy řídí, během práce se pak raději soustředí na úkol a k němu směřuje i téma hovorů. Většina žen se naopak na jednotlivých krocích raději dohodne se všemi a během práce si popovídá na různá témata.

### 3.0 Konkretizace rozdílů

Jednotlivé rozdíly ve vyjadřování osob příslušného pohlaví je možné spatřit na všech jazykových rovinách a jejich frekvence výskytu je různá, stejně tak jako míra zájmu veřejnosti o dané téma. Za nejzákladnější způsob dělení rozdílů lze brát dělení dle interního jazykového kritéria – tedy v tomto případě dělení na rovinu fonetickou, morfologickou, lexikální a textovou.

#### 3.1 Rovina fonetická

Nejlépe doložené jsou rozdíly na fonetické úrovni. Nejmarkantnějším rozdílem je samozřejmě **výška hlasu**. Předpubertální hlas chlapců se téměř neliší od hlasů dívek. Když však chlapec pohlavně dozrává, prodělává jeho hlas mutaci. Hlasivky velmi rychle rostou, až jsou přibližně dvakrát delší než u dívek, a tím se stává jeho hlas asi o oktávu hlubší. Důkazem toho, že se jedná o hormonální vlivy, je skutečnost, že hlasivky vykastrovaných chlapců nerostou. Výšku hlasu lze částečně ovládat, takže muži mají tendenci hovořit v určitých situacích více stabilně než ženy, které výšku hlasu často mění. U žen se častěji setkáváme s výraznějšími proměnami výšky hlasu (**melodie hlasu**). Nápadné skoky ve výšce hlasu v relaci k výšce obvyklé jsou signálem citových postojů mluvčího. Pokud jde o intonaci, tedy způsob melodického a současně silového průběhu výpovědního celku, ženy střídají výšku hlasu dynamičtěji než muži, což umožňuje realizovat expresivní funkci jazyka. Vzhledem k významu, který má větná intonace pro utváření a interpretaci výpovědí mluveného jazyka, věnuje se jí v posledních desetiletích mnoho pozornosti. Zatímco muži upřednostňují **klesavou intonaci**, uplatňující se primárně v intonačním schématu citově neutrálních oznamovacích vět (s expresivní funkcí pak s významem zákazu či příkazu), ženy užívají častěji **intonaci stoupavou**, uplatňující se především intonačním schématu zjišťovacích otázek. Tento rys bývá interpretován jako projev ženské zdvořilosti a ochoty podřídit se.

Dalšími suprasegmentálními aspekty, s výškou hlasu úzce souvisejícími, je barva hlasu, hlasitost a tempo (rychlost) a rytmus (ne/pravidelnost průběhu), resp. jejich variace. Šíře a množství jejich variací výrazně charakterizuje a individualizuje každý jednotlivý projev.<sup>9</sup> Proměny **hlasové barvy**, které poznáváme na základě konfrontace s obvyklou barvou hlasu

---

<sup>9</sup> Čermák, F.: *Jazyk a jazykověda*. Praha: Karolinum, 2001.

mluvčího nebo se svou představou o ní, se využívají spolu s ostatními prostředky jako signál citových a volních postojů mluvčího (řekl sklíčeně, vesele, rozčileně...). **Tempo** (časový průběh) **řeči** je dáno rychlostí artikulační práce a určuje se počtem slabik za časovou jednotku. Některé jazyky jsou samy charakteristické vysokou artikulační rychlostí (např. italština), ale obecně převládá názor, že ženy spolu hovoří rychleji než muži. Je to zřejmě dáno tím, že ženy v komunikaci mezi sebou hledí i na způsob komunikace, kterým chtějí dát svému komunikačnímu partnerovi možnost vcítit se lépe do pocitů mluvčí. Používá k tomu více přerušovanou, mnohdy neúplnou větnou konstrukci. Mimořádně rychlé nebo naopak pomalé tempo může být také signálem emocí.

Tradičně se tedy uvádí, že ženy jsou výmluvnější a v řeči plynulejší. Dánský lingvista Otto Jespersen, který jako jeden z prvních zkoumal v první polovině minulého století rozdíly mezi řečí mužů a žen, říkal, že funkcí ženy je mluvit. Ženy se podle něj také snáze učí cizím jazykům a jsou v řeči pohotovější. Prý také myslí rychleji než muži, což je dle Jespersena patrné např. v situaci, v níž žena o někom mluví a opakuje *on* či *ona*, ale má při tom na mysli pokaždé jinou osobu. Muž je v tomto případě více míně ztracen a často neví, o kom je řeč. Myslí si, že jde stále o jednu a tutéž osobu, ale žena už je myšlenkami dávno jinde. Čmejrková je ovšem ve svém článku skeptická a říká, že interpretace tohoto zmateného způsobu vyprávění v ženský prospěch je pro ženy až příliš lichotivá.<sup>10</sup>

Ženy dále častěji užívají **paralingvistické jazykové prostředky**, jako jsou vzlyky, vzdechy, neartikulované zvuky.

---

<sup>10</sup> Čmejrková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia, 1997, s. 149.

## 3.2 Rovina morfologická

V rovině morfologické je nejdiskutovanějším problémem jazykový rod.

### 3.2.1 Rod v jazyce

V článku *Jazyk a média* na stránkách obcan.ecn.cz je celý prostor věnován problematice diskriminace žen v médiích. Je zde řečeno, že jediným pohledem na první stránky deníků lze snadno zjistit, jaká témata jsou důležitá: politika (domácí i mezinárodní scéna), dopravní nehody, úspěchy v podnikání, úspěchy ve vědě... Zastoupení žen a ženských témat na prvních stránkách deníků se údajně pohybuje kolem 10%, a to působí dojmem, jako by byly důležité jen „věci mužské“. Témata považovaná za typicky ženská podléhají řadě stereotypních předpokladů, a jsou proto odsouvána do příloh s příznačnými tituly, jež odpovídají představám o ženách a jejich společenských rolích (rodina, nakupování, móda, péče o domácnost). Mužská témata (politika, sport) naproti tomu tvoří seriózní část mediální agendy a jsou nejdůležitější součástí novin, zejména první a poslední strany.

Jako jedna z možností, jak lze přispět k postupné změně vnímání rolí a k vyrovnaní postavení žen a mužů ve společnosti, je v článku představeno kritické používání genderově citlivého jazyka, a to mj. používáním srovnatelných způsobů oslovení, ženského rodu, odpovídajících ekvivalentů označujících povolání atp.

Různé formuláře podle autorů článku často rezignují na rodovou vyváženost jazyka a používají slova pouze v generickém maskulinu, které implicitně zahrnuje i osoby ženského rodu. Na první pohled se tedy ženy z jazyka, a to nejen jazyka formulářů, jakoby vytratily, nejsou oslovovány. Příkladem může být jazyk, jímž je napsána Ústava ČR: *“Každý občan může činit, co není zákonem zakázáno, a nikdo nesmí být nucen činit, co zákon neukládá.”*

Článek upozorňuje na to, že je třeba si uvědomit, že většina podstatných jmen disponuje tvary v mužském i ženském rodě, přičemž lze využít i jiných jazykových možností, než je jmenování obou tvarů v plném znění (například slova *student*, *učitel* lze nahradit slovy *studující*, *vyučující*). Možné je též použít závorky (např. *občané (ky)*) nebo lomítka (např. *občané/ky*) nebo uvést oba tvary (*občané a občanky*). Možností je i použít takový výraz, kdy vůbec nebude nutné použít tvarů pro obě pohlaví, například místo *kurs pro manažery a manažerky* použít *manažerské kursy*..<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> <http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=r&x=138377>

Světlá Čmejrková ve svém článku *Jazyk pro druhé pohlaví*<sup>12</sup> zmiňuje názor Pavla Eisnera v *Knize o češtině*, vydané již v roce 1946, že *do jazyka se vepsal určitý model uvažování o světě, totiž model patriarchální*. V českém jazyce lze tyto rysy spatřovat hned u slov nejzákladnějších, jako je *člověk* (lat. *homo*, tedy *člověk*, ale i *muž*), *tvor*, ..., která jsou automaticky užívána v mužském rodě, přestože zahrnují i ženy. Ještě výrazněji se tato diskriminace projevuje např. v jazycích germánských, kde je např. v němčině neurčitost podmětu vyjadřována slovem *man*, což na první pohled napovídá o spojitosti se substantivem *der Mann*, neboli *muž*. Čeština je k ženám tolerantnější a využívá v takovém případě trpného rodu, čímž se určení podmětu vyhne (*říká se..., musí se...: man sagt..., man muss...*). Angličtina jde ještě dál; slovo *woman* (*žena*) je pouhou odvozeninou slova pro muže – *man*, jako by žena byla až *ten druhý*, až za mužem.

Strukturní lingvistika vytvořila na základě tohoto faktu **teorii příznakovosti a nepříznakovosti členů jazykových protikladů**.<sup>13</sup> – **Ženský rod** je dle této teorie pokaždé **příznakový**, a tedy signálem bytosti ženského rodu, zatímco **rod mužský** je **nepříznakový** a může označovat jak bytost konkrétně mužskou (má tedy roli rodově specifickou), tak rodově neutrální, generickou, označující lidské bytosti vůbec. Tato teorie ale v některých zemích začala být ignorována.

Tak (dle Čmejrkové) vznikají snahy o zrovnoprávnění žen v patriarchálním paradigmatu a zavádí se ženské ekvivalenty k výrazům *policeman* – *policewoman*. Nejoblíbenější náhradou slova *man* zůstává slovo *person* - (*policeperson*).

Čmejrková uvádí, že rozrušování patriarchálního paradigmatu přechází z angličtiny a němčiny postupně i do dalších jazyků, jako je dánština, norština, holandština, italština, španělština aj.

Revize patriarchálního paradigmatu je nejvíce markantní v úpravě názvů povolání, což v neposlední řadě souvisí se vstupem žen do těchto funkcí. V češtině je takového přechylování už naprosto běžné (*politčka, diktátorka, poslankyně*), v některých případech ale může působit potíže (*horolezkyně, nikoliv horolezka, bezdomovkyně, nikoliv bezdomovka*)<sup>14</sup>.

Angličtina využívá sufixu *-ess* (odpovídajícího českému *-ka, -kyně*) méně než dříve. Čmejrková ve svém článku říká: *Krajní feministky protestují: „Smysl slov jako authoress“, píše Millerová a Swiftová (1980), „není v tom, že osobu identifikují jako ženu, ale že naznačují*

<sup>12</sup> Čmejrková, S.: *Jazyk pro druhé pohlaví*. In: *Daneš, F. a kol.: Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia 1997.

<sup>13</sup> Tamtéž, s. 146–147.

<sup>14</sup> Tamtéž.



*deviaci od vedomě či podvědomě přijímaného standardu.“ Tedy ani příznakovost takto vyznačeného ženského rodu vlastně není žádoucí.<sup>15</sup>*

Čmejková v článku připomíná, že jsou oblasti, kde revize patriarchálního modelu jazyka přehodnocuje i místa v jazykovém systému ustálená (což je jedním z hlavních cílů feministek), jako je oblast zájmen. Např. nalézáme německé *frau* namísto *man* v již zmíněném neurčitěm a všeobecném významu, takže vedle *man sagt* slyšíme též *frau sagt*. V angličtině, resp. v němčině jsou vzhledem k obligátně vyjádřenému podmětu zájmena *he/she*, resp. *er/sie* mnohem frekventovanější než např. v češtině. Projev je neustále prokládán těmito zájmeny, aby mluvčí nemohl být nařčen z toho, že hovoří pouze v mužském rodě a žena se prostě jen vyrozmívá.

V češtině tento problém nemáme. Ten přichází až při čtení cizojazyčné literatury, při překladu či při psaní. Zde musí čtenář (mluvčí) zaujmout určitý postoj. Čmejková poukazuje na to, že slovanské jazyky jsou rodově velmi výrazné, nebo – jak je nazývá Pavel Eisner – jazyky důsledně pohlavní, především soustavou svých rodových (mužských a ženských) koncovek. Podřízenost muži se v češtině naopak extrémně projevuje ve shodě podmětu s přísudkem. V Eisnerově příkladové větě je to nezpochybnitelné: „*Její veličenstvo královna anglická a císařovna indická a řidič Pepa Žambourek vypadli z vozu.*“

Valdrová v článku *Je přechylování spisovné?*<sup>16</sup> tvrdí, že *nadužívání tzv. generického maskulina vede k jazykovému přehlížení ženského podílu na chodu společnosti a staví ženy do druhořadé pozice, zahrnujíc je pod mužské tvary*. Valdrová uvádí tři příklady z učebnice autorského týmu V. Höppnerové *Němčina pro jazykové školy*, která je podle ní vzorem úzkoprse aplikace patriarchalistického pohledu na svět a jazykové produkce stereotypů ženské a mužské role:

1. Příručka v podstatě **ignoruje přechylování** názvů osob pomocí přípon. Substantiva *lékař, inženýr, mechanik*, ale i typ *rekreant* aj. stojí v slovníčcích za lekcemi česky a německy v maskulinu. Zato jen ve femininu najdeme názvy osob jako ***prodavačka, učitelka, kadeřnice, laborantka, švadlena, učitelka mateřské školy***. Distribuce moce sugeruje generovou determinaci profesí, a ovšem zpochybňuje bezpříznakovost maskulina.

---

<sup>15</sup> Čmejková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia, 1997, s. 147.

<sup>16</sup> Valdrová, J.: Je přechylování spisovné? In: *Spisovnost a nespisovnost - zdroje, proměny a perspektivy. Sborník z mezinárodní konference*. Minářová, E./K. Ondrášková (eds.). Brno: PdF MU, 2004, s. 172.

2. Pravidelné překladové cvičení, nadepsané většinou *Tažte se a odpovídejte si navzájem*, oslovuje žákyně<sup>17</sup> ... *Co rád pijete, co byste chtěl k obědu, zda chodíte rád pěšky*. V 16. lekci se vytrácí „generičnost“ maskulina a přistupuje, byť v závorkách, ženská flexe: ...*kteřou barvu máte zvlášť rád(a), co byste chtěl(a) mít ve svém šatníku, co jste si naposledy koupil(a)*... Jde totiž o téma nakupování – ženskou doménu, jak náhle indikuje flexe.
3. Nazvat ženu s vyobrazenými pohlavními znaky *děvče* Valdřová shledává reziduem dob, kdy ženy neměly základní lidská práva. Cvičení 7. lekce ... *jak se vám líbí vyobrazené věci* nadto řadí *děvče* k *věcem* – mezi hodinky, pohovku, květinu, a žactvo zvažuje, zda se *líbí* či *nelíbí*.

České učebnice jsou dle Valdřové (článek *On se učí a ona plete aneb Výchova dívek a chlapců v Čechách podle jazykových učebnic*)<sup>18</sup> poznamenány necitlivostí jejich tvůrců vůči genderovému aspektu zprostředkování látky. Pro školní pomůcky je podle Valdřové tedy charakteristické: nedostatek „ženských“ témat, postav, vzorů a definic ženského společenského přínosu, hierarchizace hodnoty mužského a ženského společenského přínosu, vůči ženám nekorektní výběr jazykových prostředků, oslovení a formulací úkolů i styl projevu.

### 3.2.2 Přechylování a deklinace příjmení

Jako výsada českých žen se může (dle Čmejřkové) jevit **přechylování ženských jmen, resp. příjmení**. Žena se nemusí cítit ukryta za svým mužem, jak je tomu např. v angličtině (Mrs. William Brown – paní Williama Browna). Trochu problematičtější je pak přechylování jmen cizích, což cizinci někdy vnímají negativně. Čmejřková hovoří o článku J. Krause *Přechylování není harašení* (LN VIII, 28.8.1995, s.10), kde jmenovaný vyložil zapojení přechylování do flexivního systému češtiny a uvádí, že za zásah do původní podoby jména v jazyce originálu bychom museli považovat i české skloňování jmen i chápání přechylování jako nevhodného odlišení, vliv původu prostředku *-ova* jako patřící muži.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Autorka záměrně užívá generického feminina.

<sup>18</sup> [http://www.zenyaveda.cz/html/index.php?s1=1&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&what=jana%20valdřová&m=3&typ=pdf&lng=12&user\\_url=&menu\\_id=1&m=1&typ=clanek&recid\\_cl=369&menu\\_id=1](http://www.zenyaveda.cz/html/index.php?s1=1&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&what=jana%20valdřová&m=3&typ=pdf&lng=12&user_url=&menu_id=1&m=1&typ=clanek&recid_cl=369&menu_id=1)

<sup>19</sup> Čmejřková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia, 1997, s. 149.

V přechylování cizích ženských jmen lze pozorovat určité rozdíly v časopisech určených ženám či mužům, resp. ženám moderním (a snažícím se mužům vyrovnat) či „méně moderním“. V ženských časopisech určených pro ženy řekněme konzervativnější převažují formy **přechýlené**: Např. časopis *Dáma* uvádí články s názvem *Zpěvačka Sheryl Crowová bojuje proti rakovině*, *Lindsay Lohanové neodolá žádný muž*, či v článku píše o *manželství Michaela Douglase (62) s půvabnou a o pětadvacet let mladší kolegyní Catherine Zeta Jonesovou*.

Obdobný je článek o seriálu *Zoufalé manželky* ze dne 26.3.2007 z internetových stránek zena.blesk.cz. Blesk nepatří do kategorie časopisů určených emancipovaným moderním ženám, nýbrž i ženám „průměrným“, které si nepotřebují dokazovat, že jsou „in“. Článek s názvem *Zoufalé manželky: Jsme jako ony?* se skládá z několika odstavců, které jsou věnované jednotlivým představitelkám seriálu a jejich jména jsou v podobě přechýlené: *Bree Van De Kampová*, *Susan Mayerová*, *Lynette Scavová*.

Stejně jsou na tom články neutrální, určené pro muže stejně jako pro ženy. Hledáme-li preferenci tvaru např. u jména herečky Sharon Stoneové, téměř pokaždé je v tomto typu článků přechýlený: *Na festival do Varů přijede Sharon Stoneová* (ze stránky www.novinky.cz, čili genderově nespecifikovaného online magazínu deníku PRÁVO & portálu Seznam.cz, 13.6.2005), *Maliny vyzobala nahá Sharon Stoneová* (článek na serveru www.aktuálně.cz, 25.2.2007), *Sharon Stoneová: Nepotřebujeme muže, abychom byly matky!* (server www.blesk.cz, 30.1.2007), *Sharon Stoneová a Christian Slater jsou pár!* (revue.idnes.cz, 20.12.2006), *Sharon Stoneová převzala ve Varech cenu za přínos filmu* (zpravy.atlas.cz, 2.7.2005), *Sharon Stoneová se stále cítí celkem sexy* (www.ct24.cz, 23.2.2007).

Naopak v časopise vyjadřujícím svou příslušnost k „in-stylu“ už v samém názvu – Top žena – převažují tvary **nepřechýlené**: *Když dostala Teri Hatcher (42) roli matky samoživitelky Susan v dnes už slavném seriálu, měla za sebou celkem úspěšnou filmovou kariéru. ... S druhým manželem, hercem Jonem Tenneyem, kterého poznala při natáčení seriálu Dobrá společnost, má devítiletou dceru Emerson Rose. Není to tak dávno, co se začala stýkat s americkým režisérem Stephenem Kayem, bývalým přítelem své seriálové kolegyně Evy Longorii.*<sup>20</sup> Zde se jedná o článek vztahující se opět k oblíbenému seriálu *Zoufalé manželky* a

---

<sup>20</sup> [http://www.topzena.cz/clanek-386-Zoufale\\_manzelky\\_nejuspesnejsi\\_serial\\_pro\\_zeny\\_a\\_d.htm](http://www.topzena.cz/clanek-386-Zoufale_manzelky_nejuspesnejsi_serial_pro_zeny_a_d.htm)

možná právě to hraje v rozhodnutí autora o nevyužití přechylování svou roli. Hlavní představitelky seriálu, s nimiž se leckterá divačka (a v tomto případě především čtenářka tohoto magazínu) ztotožní, jsou moderní, sebevědomé ženy a užití počestné přechýlené podoby jména by mohlo jejich nezávislost oslabit. Mohly by tak působit více jako každá jiná „obyčejná“ žena. Dalo by se říci, že autorka článku (Denisa Hůlková) chce české ženy přimět k tomu, aby se naopak ty cítily přiblížené oněm moderním ženám ze Západu, a proto preferuje ponechání původní nepřechýlené podoby.

Zvláštní způsob jakéhosi polo-přechylování vidíme u tvaru *kolegyně Evy Longorii*. Jméno *Longoria* patří do skupiny jmen, která se plně nezačlenila do české skloňovací soustavy a vytvořila si paradigma vlastní. U feminin zakončených na *-ia* se toto zakončení obvykle počestňuje na *-ie* (jako např. *Alexandrie, Itálie* apod.) a slovo se skloňuje podle vzoru *růže*.<sup>21</sup> Zde zůstalo tvrdé paradigma podle vzoru *žena*, v genitivu se ale píše *-i*, zřejmě proto, aby nevznikla skupina *-iy*.

Tvary nepřechýlené jsou užívány i ve většině mužských časopisů (např. *Sandra Bullock a Keanu Reeves se poprvé od filmové senzace Nebezpečná rychlost (1994) znovu setkávají na filmovém plátně*...<sup>22</sup>; *Jeniffer Hudson – sexy boubelka, Beyoncé Knowles – čokoládová perla*<sup>23</sup>; *Daryl Hannah je nejen výborná herečka a krásná žena, ale angažuje se i společensky*<sup>24</sup>; v článku *Sir Sean Connery* se píše o jeho první manželce, *australské herečce Diane Cilento*, a o druhé ženě *Micheline Roquebrun*.<sup>25</sup>).

Nepřechylování je typické i pro většinu časopisů o módě: v časopisech *Elle* (např. *Supermodelku Erin Wasson (23) znáte z kampaní kosmetické značky Maybelline,.... Předloni na jaře začala Sofia Coppola natáčet o Marii Antoinettě ve Versailles stejnojmenný film. Kirsten Dunst, která kontroverzní královnu hrála, a ostatní herci se mezi scénami schovávali pod černými plášti.*), či v internetovém časopise pro ženy pod adresou [www.prodamy.cz](http://www.prodamy.cz), (např. *V jednom z rozhovorů, který známá výstřední návrhářka Vivienne Westwood poskytla médiím, byla dotázána, zda i v budoucnu bude trvat na tom, aby modelky na jejích módních přehlídkách byly obuté do střevíců na platformě. Právě Naomi Campbell upadla přímo na molu vinou bot na vysoké platformě.*).

<sup>21</sup> Čechová, M. a kol.: *Čeština – řeč a jazyk*. Praha: ISV, 2000.

<sup>22</sup> <http://www.all4men.cz/4men.php?id=11049&Dum-u-jezera>

<sup>23</sup> <http://www.samuraj.cz/rubrika/8--sexy---/1.html>

<sup>24</sup> <http://www.best4man.cz/articles.php?blindFriendly=true&sid=b06e93957819b0b50075b29d3c91fb41&id=eaa254c4-272b-102a-a6f5-0030488c557c>

<sup>25</sup> <http://www.best4man.cz/articles.php?sid=b06e93957819b0b50075b29d3c91fb41&id=75a0a11a-b9ff-1029-a0d4-0030482ee2a4>

Najdeme ovšem i příklady, kde v jednom článku od jednoho autora nalezneme jména **přechýlená i nepřechýlená**, jako např. v dámském portálu Mladé fronty nazvaném Mladá žena, konkrétně v článku *Diety s nízkým obsahem sacharidů (např. Velkou propagátorkou nízkosacharidové diety je například Jennifer Anistonová,... Tuto dietu si oblíbila hlavně Renée Zellwegerová, která díky ní shodila více než 15 kg, které musela přibrat pro svoji roli Bridget Jonesové; naproti tomu ... Alicia Silverstone nebo Drew Barrymore nejedí žádné živočišné produkty).*

Některá jména se nepřechylují nikdy, naopak mají pouze svůj specifický ustálený způsob, jako např. zpěvačka *Christina Aguilera* – genitiv *Christiny Aguilery*, dativ *Christině Aguilere*, ..atd, tedy příjmení se skloňuje podle vzoru žena a nikoliv s příponou –ová. Můžeme-li takovýto výraz skloňovat jako femininum, přiřadíme je k jistému deklinačnímu typu a tím se vyhneme případným problémům. Naopak jméno její konkurentky můžeme nalézt v obou podobách, tedy s příponou –ová (*Britney Spearsová*) i bez ní. V případě použití nepřechýleného tvaru jméno flexi nepodléhá vůbec: nominativ – *Britney Spears*, genitiv – (bez) *Britney Spears*, dativ – *Britney Spears*. Zajímavé také je, že mužská příjmení se skloňují téměř vždy. Najdeme tak vedle sebe slova jako *Christina Maria Aguilera... se seznámila s Britney Spears a Justinem Timberlakem*.

Někdy je dokonce v jediném článku jedno a totéž jméno použito jak v přechýleném, tak v nepřechýleném tvaru: v článku s názvem *Paris Hilton: Jsem chytřejší než většina lidí hned první věta zní Jestli nějaká celebrita dokáže rozpálit média a zadělat na šťavnaté drby, tak to je blondatá dračice, pětadvacetiletá dědička hotelového impéria Paris Hiltonová.*<sup>26</sup>

Podobně je tomu v již jmenovaném pánském informačním serveru Samuraj, a to konkrétně v článku s názvem *Olsenky - úspěšná a bohatá dvojčata.*<sup>27</sup> Řeč je o dvou sestrách, Mary Kate Olsenové a Ashley Olsenové. Slovo *Olsenky* v názvu je zcela nově utvořený výraz, pojmenovávající dvě (či více) žen s týmž příjmením. Podobný tvar známe z běžné hovorové mluvy, kdy mluvčí říká např. *Viděl jsi už Kelišku* (ve smyslu *Kelišovou*) *v tom novém saku?* či *Znáš Novačku?* (ve smyslu *Novákovou*). V článku se dále píše: *Ano, nejedná se o nikoho jiného, než o Olsenky, konkrétně Mary Kate a Ashley Olsenovy.* a jeden z dalších odstavců je pojmenovaný *Mary Kate Olsen a její nej* a *Ashley Olsen a její nej*. Tvaru *Olsen* je využito i při jmenování rodičů obou žen. Zde je jasně ukázáno, že pracujeme-li s příjmením jakýmkoliv „českým“ způsobem, tedy počesťujeme paradigma slova (např. tvoříme plurálové koncovky),

<sup>26</sup> [www.cosmopolitan.cz](http://www.cosmopolitan.cz)

<sup>27</sup> <http://www.samuraj.cz/clanek/813--olsenky---uspesna-a-bohata-dvojcata.html>

je to vlastně v pořádku, ovšem pouze nejedná-li se o přechylování do typicky ženského příjmení s koncovkou *–ová*. Tam už je to věc hodná sporu. V čem se ale tyto dva způsoby liší? Pouze v tom, že koncovka *–ová* je mnohem více napadána ze strany kritiků této umělé „podřízenosti“ žen.

### 3.3 Rovina lexikální a tematická

Slovník každého mluvčího přirozeně odráží jeho zaměření. Ženy mnohem častěji hovoří o vaření, kosmetice, péči o děti a domácnost a rodině. Uvádí se, že ženská zkušenost je primárně situována do soukromého světa, v němž panují principy spolupráce, péče a citové vázanosti. Tomu odpovídají i názvy článků ženských časopisů: *Děti nám to spočítají*, *Naučte se poznávat svou pokožku*, *Diagnóza: únava* (vše z magazínu Marianne), *Snídaně s vajíčky*, *Škola vyšívání-malba jehlou*, *100+1 odstín jarních květů*, *Veselé kabelky* (časopis Praktická žena), *Oblékání v těhotenství*, *Tvarohový koláč*, *Jak jsme proplouvala dietami* (www.mojerodina.cz), *Miluji mladšího muže... no a?*, *Doteky štěstí: Pořád stejně krásná* (www.topzena.cz). Mužská zkušenost je naopak situována do sféry veřejné, občanské a politické (např. www.samuraj.cz: články *Cesta kolem světa – Chile*, *Zabezpečení jaderných zbraní*, *Let's fly – letecký výcvik*) a v mužském světě vzniká mezi mluvčím a předmětem jeho hovoru větší odstup. Vládne tu princip konkurence, citové neutrality a autonomie a distance. Mužský hovor se vyznačuje autoritativností, nezávislostí a je zaměřen na podání informací.

Jak zmiňuje Čmejrková, ženy více hovoří o sobě a o vlastní zkušenosti a častěji užívají zájmena *my* a *vy*, *já* a *ty*, *já* a *ona*, *já* a *on*. V dívčích vyprávěních se opakuje *Já jsem řekla... a on povídá*. Ženy užívají více slov z okruhu pocitů, přirovnání a motivací a jejich slovník je výraznější v oblasti emocionálního hodnocení<sup>28</sup>: např. *Vypadal děsivě. Jako člověk, kterého byste nikdy nechtěli potkat sami v temné ulici. Na tváři měl rozzlobený výraz plný bolesti. Člověk přímo cítil jeho bolest a strach. Po celý výstup zněl Dylanův hlas zlověstně. Shrbil ramena, takže vypadal jako rozzuřená raněná kočka. Uvázla jsem v pavučině fantazie, kterou Dylan tkal přímo před mýma očima. Když výstup skončil, Dylan zůstal ještě na zlomek vteřiny Zvířetem. Potom po něm role sklouzla jako voda a na jevišti stál zase normální kluk.*<sup>29</sup>

Určité výrazy spojujeme s užitím spíše ženským, např. typická ženská adjektiva typu *hrozný*, *strašný*, *zoufalý*, *fantastický*, *zvolání proboha* apod. Muži zase více tíhnou ke slovům označující destruktivní činnosti, ke klení a nadávkám.<sup>30</sup>

<sup>28</sup> Čmejrková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia 1997, s. 150.

<sup>29</sup> Bernardová, E.: *Jak se líbá kluk*. Praha: EGMONT ČR s.r.o., 1996, s.52.

<sup>30</sup> Čmejrková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia 1997, s. 150.

V obecném povědomí i v literatuře nacházíme řadu pozorování týkajících se řeči mužů a žen. Čmejková uvádí několik příkladů: Shakespearova hrdinka z komedie *Jak se vám líbí* říká: *Ty nevíš, že jsem žena? Když myslím, musím mluvit*. Podobně hrdinka jednoho z děl zřejmě nejvýraznějšího českého mužského šovinisty Josefa Hausmanna říká: *Mluvím, abych zjistila, co si myslím*. a Oscar Wilde v jedné ze svých konverzačních komedií říká: *Ženy jsou zdobné pohlaví. Nikdy nemají co říci, ale vždycky to říkají se šarmem*.<sup>31</sup>

V článku *Jazyk a média* (viz výše) je jeden odstavec věnován genderovým rozdílům v **oslovování**. U žen běžně rozlišujeme mezi oslovením *paní* a *slečna*, což naznačuje, jak důležitou roli v životě ženy hraje to, zda již má partnera (tím se totiž zásadně měnilo a při dosud stereotypním vnímání mění její společenské postavení). Pojmenování či oslovování osob se také stává nástrojem hierarchizace pohlaví. Není neobvyklé setkat s oslovením typu: *pan Vladimír Novák a slečna Janička, pane doktore - děvenko, vážení pánové a milé dámy*...<sup>32</sup>

Nad oslovením žen se hlouběji zamýšlí Jana Valdrová v článku *Paní nebo slečna?*, která **situaci v Čechách porovnává se situací v Německu**, kde politikové, úředníci a veřejní činitelé důsledně dbají na to, aby nezapomněli oslovit ženy, pokud se obracejí k veřejnosti a kde užívání ženských tvarů podstatných jmen proniklo do jazykového podvědomí. Německé ženy respektuje i jazyk formulářů. Čmejková dále poukazuje na to, že německé a rakouské ženy vyřadily ze svého slovníku slovo *slečna* (Fräulein) a ponechaly mu místo na okraji slovní zásoby, protože si všimly, že se s *paní* se jedná zpravidla jinak než se *slečnou*. *Zatímco slečna je podvědomě považována za nezralou, nesamostatnou, "nezaopatřenou", paní je důstojná a nezávislá, schopná rozhodování*.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Čmejková, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí* Praha: Academia 1997, s. 149.

<sup>32</sup> <http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=r&x=138377>

<sup>33</sup> <http://www.feminismus.cz/index.shtml?x=115111>



### 3.4 Rovina textová

Velice zajímavé jsou rozdíly patrné při konverzaci.

#### 3.4.1 Konverzace

Co se týče průběhu konverzace, muži podle některých studií přerušují repliky žen až třikrát častěji, avšak sami ženami přerušováni být nechtějí. Chtějí hrát v konverzaci prim. Na projevu mluvčího se ovšem nepodepisuje pouze rod mluvčího, nýbrž v nemenší míře také jeho sociální postavení a hlavně model, v němž jedinec odmalička vyrůstal a v němž si utvrzoval své pozdější ženské a mužské role. Navíc nezáleží jen na rodu mluvčího, ale také na rodu osoby, k níž se mluvčí obrací, případně která se hovoru účastní.<sup>34</sup>

Druhou oblastí, která hraje ve stylu konverzace významnou roli, je typ osobnosti mluvčího a jeho snaha dominovat. Existuje obecná domněnka, že silné osobnosti ženského rodu na sebe vlastně berou mnohé z mužských charakteristik, jako je dominance, zaměření na výsledek, nikoliv průběh apod. Typický ženským faktorem by měla být především kooperativnost v konverzaci, o čemž svědčí vyšší frekvence souhlasných signálů, jako je pokyvování hlavou a přitakání, povzbuzující zvuky typu *hmm* apod.<sup>35</sup>

Když si spolu ženy povídají v situacích neformálních, přátelských a zaměřených na sbližování, používají často spolupracujícího překrývání: posluchačky mluví zároveň s vypravěčkami, aby tím daly najevo podporu. Právě tento zvyk vedl (podle *Bohdany R.*) mužské posluchače k vytvoření stereotypu, že *ženy jsou „kdákové slepice“*.<sup>36</sup> Toto přerušování řeči vytváří pevnou zpětnou vazbu a není tedy vůbec nezdvořilé. S muži podle Jeniffer Coatesové, která studovala konverzaci mezi ženskými přítelkyněmi, obvykle stejně vřelým způsobem hovořit nelze. U žen podle ní totiž nejde ani tak o to, **co** je sdělováno, nýbrž **jak** je to sdělováno. Pro muže je naopak důležitá informace a způsob, jakým je informace podávána či přijímána, jim připadá nepodstatný.<sup>37</sup>

Na otázku směřovanou k ženám, co nejčastěji dělají se svými přítelkyněmi, jako hlavní odpověď vždy zaznělo: "Povídáme si." Mluvení je pro ně totiž základním konstitučním prvkem přátelství. Tázané ženy uvedly, že společně navštěvují galerie, kina, restaurace, ale

---

<sup>34</sup> <sup>34</sup> Čmejrková, S.: Jak mluví ženy a jak mluví muži. In: Čmejrková, Daneš, Kraus, Svobodová: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia, 1996.

<sup>35</sup> Tamtéž.

<sup>36</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3hovory.html>

<sup>37</sup> Tamtéž.

všechny tyto činnosti jsou vlastně jakousi "záminkou" pro to, aby si v první řadě povídaly. Hlavními tématy rozhovorů žen podle výzkumů jsou lidé – partneři, děti, přátelé, ženy samy.<sup>38</sup>

Dle lingvistů ženy zastanou ve společné konverzaci více interakční práce, což je důkazem jejich podpůrné konverzační role. Podle výzkumu, zmiňovaného Čmejrkovou, kladou ženy v domácích rozhovorech až dvaapůlkrát více otázek než muži a většina z jejich otázek začíná slovy typu *Víš, co je zajímavé? Víš, co se stalo?*, jimiž upoutávají partnerovu pozornost. Kontaktné slůvko *víš* by měly užívat až pětkrát častěji.<sup>39</sup>

Americká lingvistka Deborah Tannenová, patřící k nejčtenějším analytickým konverzačního stylu, inspiruje mnoho osob k nejrůznějším úvahám. Jednou z nich je např. na internetových stránkách *anarchofeminismu* článek *Hovory žen s muži jsou mezikulturní komunikací* od autorky podepsané jako Bohdana R. Autorka popisuje v úvodu článku situaci, kdy žena přijde domů z práce, ale muž se jí nezeptá, jak se celý den měla. Ona na takovou otázku ale čeká. Ne proto, že by se událo něco zvláštního, ale prostě proto, že jí tím dá najevo, že mu není lhostejná. On ale takovou otázku nepoloží – pokud se nic zásadního nestalo, není o čem mluvit, a pokud se stalo, on se domnívá, že ona mu to sama řekne. Žena je zklamaná, muže její postoj rozladí a vznikne konflikt. Tato situace je ukázkou toho, že muži a ženy uplatňují při komunikaci rozdílné principy a vlastně hovoří zcela odlišným jazykem.

Bohdana R. v článku dále hovoří o názoru Tannenové, že rozhovor mezi mužem a ženou je mezikulturní komunikací, neboť dochází ke střetu dvou odlišných stylů hovoru. Většina rozdílů vzniká v samém procesu socializace, kdy se učíme mluvit a prostřednictvím jazyka poznáváme svět a konstruujeme vlastní identitu. Ačkoli si to rodiče jen těžko přiznají, od malička komunikují odlišně s dcerami a syny. To prokázal experiment, kdy stejné miminko bylo oblečeno nejprve do modrých dupaček - barvy v západní civilizaci jasně signalizující, že se jedná o chlapečka - a poté do růžového oblečku, což je jasně "holčičí" barva. Zatímco pronikavý pláč dítěte v modrých dupačkách lidé interpretovali jako znak chlapcovy budoucí síly a průbojnosti, ten stejný pláč toho stejného dítěte oblečeného do dupaček růžových byl chápán jako projev citlivosti a lidé se holčičku snažili něžně ukonejšit.

V odstavci nazvaném *Ženy sdílejí, muži vládnou* Bohdana R. tvrdí, že schopnost děvčat vyjádřit své emoce je rozvíjena mnohem více než u chlapců, jejichž komunikace je zaměřena

---

<sup>38</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3hovory.html>

<sup>39</sup> Čmejrková, S.: Jak mluví ženy a jak mluví muži. In: Čmejrková, Daneš, Kraus, Svobodová: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. Praha: Academia, 1996.

spíše na jasné, stručné informace. Z toho vyplývá zásadní rozdíl: ženy používají jazyk vazeb a intimity, zatímco muži jazyk postavení a nezávislosti. Muži se cítí lépe, když podávají informace, vyjadřují názory a autoritativně hovoří ke skupině. Ženám je naopak bližší podporovat druhé v komunikaci a nevyčínat. Proto podle autorky muži zápasí se slovy, mají-li ve chvílích intimity vyjádřit své city, proto bývá pro ženy ve vysokých funkcích často obtížné oslovit na pracovních mítincích širší publikum, složené navíc mnohdy převážně z mužů. Jejich situace je o to složitější, že přizpůsobí-li svůj řečnický styl autoritativnímu postavení, riskují, že v očích publika zkompromitují svou ženskost. Proto ženy podle Deborah Tannenové říkají **ano**, aby vyjádřily rozumím, chápu. Muži řeknou *ano*, jen když souhlasí. Naopak v nesouhlasu ženy spatřují skryté sdělení hrozby visící nad intimitou. Ovšem muž v možnosti nesouhlasu vidí právě znamení intimity. Sama domácí pohoda může mít pro muže a ženu velmi protikladný, až neslučitelný význam. Pro mnoho mužů domov znamená místo, kde se nemusí prosazovat a budit dojem svým slovním projevem. Konečně jsou v situaci, kdy se od nich nežádá mluvení. Jenže pro ženy znamená domácí pohoda možnost popovídat si se svými nejbližšími, svobodu mluvit a nestarat se, jak budou jejich slova posuzována. Ale pokud o takovém rozdílu v představách o domácí pohodě nevíme, můžeme jí jen těžko dosáhnout.

Muži podle vysvětlení Tannenové používají řeč především pro sdělování informací, jako prostředek zachování vlastní nezávislosti a udržení svého postavení v hierarchickém společenském řádu. Ženy užívají řeč v první řadě jako nástroj pro sbližování. Tannenová uvádí zajímavý příklad s řidičem, který nezná cestu, ale raději desetkrát projede stejnou ulicí, než aby se zeptal na směr. Přitom jeho partnerce na sedadle spolujezdce takové jednání připadá směšné a sama by se dávno na cestu optala. Jenže pro muže by stočení okénka a otázka po směru znamenalo přiznání slabosti a kapitulace. Naopak ženy západní civilizace jsou naučené a zvyklé prosit o pomoc a přijímat ji. Muži pak cítí svoji čestnou povinnost prosbě vyhovět, ať se jim to právě hodí, nebo ne.<sup>40</sup>

Tannenová v knize *Ty mi prostě nerozumíš* na příkladu žen a mužů, kteří mají působit jako typičtí zástupci celého svého pohlaví, ukazuje, jak **odlišný** je jejich **způsob chápání jednotlivých jazykových konstrukcí**. Žena v návrhu často používá budoucí čas doplněný otázkou „Ne?“ Říká třeba: *Dneska půjdeme někam na oběd, ne?* Nebo *Než se dáme do jídla, tak uklidíme, ne?* Muž má ovšem z takové otázky pocit, že mu žena poroučí, co má dělat.

---

<sup>40</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3hovory.html>

Žena ale vůbec nechápe, proč to muž tak bere. Jí je jasné, že přináší návrhy, ne požadavky. Když se mu nechce dělat to, co navrhuje ona, stačí říct. Nebude ho přece nutit, když bude vědět, že mu to nevyhovuje.

Když dle Tannenové žena muže často chválí a děkuje mu za to, že uklidí kuchyň nebo vypere prádlo, muži to – místo aby byl rád – vadí. Má po tom údajně pocit, že žena chce, aby to dělal pořád. Jiný muž se podobně vyjádřil o své matce, která ho chválila, že jí zavolal a říkala mu: *Jsi moc hodný*. Muž měl pocit, že si tím chce matka vynutit, aby jí volal pravidelně, protože vlastně naznačuje, že jinak by byl zlý.

Ve všech těchto případech si muži stěžovali, že se jim sahá na jejich nezávislost a svobodu. Jejich poplašný systém je podle Tannenové nastaven na rozpoznání znaků toho, že jim někdo poroučí. Takové stížnosti pak ženy překvapují a zarážejí. Střežit se před ohrožením nezávislosti má smysl v rámci agonistického světa, kde je život sérií soubojů, jež prověřují mužovu obratnost a nutí ho zápasit s jinými, kteří se ho snaží podřídit své vůli. Jestliže muž prožívá svůj život jako boj o svobodu, má přirozený sklon bránit se, když se ho někdo pokouší řídit a určovat jeho chování.

Ženy naopak vidí lidi jako vzájemně závislé, takže očekávají, že jejich jednání bude ovlivňováno jinými a že lidé budou jednat sladně. Bojují o udržení pevných svazků, chtějí, aby všichni zůstali ve společenství, a vycházejí vstříc potřebám druhých, přičemž se snaží, aby byly jejich vlastní potřeby a zájmy co nejméně poškozeny. Zatímco muž zápasí o to, aby byl silný sám, žena zápasí o to, aby zůstalo silné společenství.<sup>41</sup>

Rozdíly v přístupu ke střetnutí se ve způsobu řeči projevují i jinde. Tannenová uvádí pokus lingvistky Elanie Andersenové, kdy nechala děti předškolního věku předvádět scénky mezi doktorem a pacientem s maňásky. Zjistila, že chlapci chtěli hrát prestižní úlohu doktora a většinou odmítali dělat pacienta nebo dítě. Holčičky chtěly být doktorkami jen třetinu času, často chtěly dělat pacienta, dítě nebo matku.

V další velice podobné studii uváděné Tannenovou, tentokrát jde o studii Sachsové, chlapci v převážné většině případů říkali jeden druhému, jako mají hrát roli (*ty budeš doktor*). Holčičky se naopak jedna druhé ptaly, jakou roli chtějí (*Nechtěla bys chvíli dělat pacientku?*), nebo dávaly společné návrhy (*já budu sestřička a ty budeš doktorka; teď můžeme být doktorky obě; můžeme být obě nemocné nebo tak jo, já budu dělat doktorku svému dítěti a ty budeš děla doktorku svému*). Mnohé z těchto návrhů nejen obcházejí střety nebo

---

<sup>41</sup> Tannenová, Deborah: *Ty mi prostě nerozumíš*. Praha: Mladá fronta, 1995, s. 151-2.

poroučení druhým, co mají dělat, ale jsou také tvořivými způsoby, jak mezi děvčaty udržet rovnost postavení.<sup>42</sup>

Autorka říkající si Markéta se na stránkách anorachofeministické skupiny v úvodním článku časopisu *Přímá cesta* věnuje příčinám rozdílů v komunikaci obou pohlaví. Protože se očekává, že mají muži nad ženami vládnout, očekává se od nich podle Markéty samozřejmě nadřazené chování. Muži tedy neprojevují navenek své city, necítí bolest, jsou vždy nad věcí, protože jakékoli dávání najevo svých emocí je podle patriarchátu projevem slabosti. Skutečnost, že v současné společnosti jsou na muže kladeny naprosto odlišné nároky než na ženy, se dle Markéty dost negativně podepisuje na mezipohlavních vztazích. Už jako děti jsme totiž vychováni k tomu být buď tím „správným mužem“ nebo tou „správnou ženou“ a od prvního okamžiku je s námi podle toho nakládáno. Díky tomu mají chlapci odlišné zkušenosti s komunikací. *Dívky mají silnější tendence vyprávět své zážitky, řešit věci ústním projednáním, dívky více smlouvají o případných trestech, spíše vysvětlují, jak se věci opravdu odehrály, když je něco trápí, spíše se svěřují. Chlapci mají naprosto odlišnou výchovu a nejsou vychováni k tomu umět vyjadřovat své pocity. Od malička jsou vedeni k tomu být silní a před ničím se nezastavit, nikdy nedat najevo svou slabost či bolest, očekává se od nich, že nebudou nikdy plakat, hrdě ponesou svůj trest a v případě, že je třeba vyřešit nějaký problém či dosáhnout nějakého cíle, není důležité jak, nýbrž jestli se mu povede dosáhnout úspěchu.*<sup>43</sup>

### 3.4.1.1 Internetové diskuze

Zvláštní oblastí pro pozorování rozdílů ve vyjadřování mužů a žen jsou bezpochyby internetové diskuze k jednotlivým článkům. Zde se promítá jak téma, které muže či ženy provokuje k diskuzi, tak i způsob, jakým to provádějí. Krásným příkladem je nyní aktuální **politické téma** protiraketové základny v Čechách. V diskuzích k článkům na stránkách serveru [www.novinky.cz](http://www.novinky.cz) jako *Protiraketová základna by měla být součástí NATO, žádá Německo; Většina lidí by radar odmítla, zjistil průzkum; Vláda do měsíce odpoví na americkou žádost o základnu* a mnoho a mnoho dalších na toto téma lze zjistit, že velká většina diskutujících jsou právě **muži**. Zvykem snad každé takové diskuze je odbočit mnohokrát ke kritice současné vlády, tedy k tématu politiky, tak oblíbenému u mužů. Nejednou se diskuze zažene do kouta, v němž se účastníci pouze dohadují, který systém –

<sup>42</sup> Tannenová, Deborah: *Ty mi prostě nerozumíš*. Praha: Mladá fronta, 1995, s. 154-6.

<sup>43</sup> <http://fs8brezna.ecn.cz/files/pc5.pdf>

levicový či pravicový – je lepší, resp. který je horší. Např. v diskuzi k článku *Vláda do měsíce odpoví na americkou žádost o základnu* píše autor zvaný „dangerous“: *A nejlepší na tom je, že nejvíc proti jsou hlavně komunisti a socani. Proč asi. Kdyby to šlo tak sem pozvou Rusy znova. A dřív než radar nás všechny může ozářit Temelín, když má pořád nějaký poruchy (viz dnešní zprávy). Evropa stárne a potřebuje oživit. Třeba takhle.,* podobně jako autor zvaný „kama-rad“ píše [!] *A koukám, že vy, tady píšící soudruzi voliči KSČSSD jste opět nezklamali. Jste připo.raní čecháčci bez kousku zodpovědnosti, zvyklí pouze natahovat ruce po milodarech. Nemám vůbec z Rusa strach a jeho vyhrožování mne silně uráží. CHCI NA NAŠEM ÚZEMÍ NEJEN RADAR, ALE I PROTIRAKETOVOU ZÁKLADNU. Jen tak mimochodem, víte o tom, že ruští bolševici mají dohromady přes 5000 raket, z toho 3200 atomových? A v polsku má být 10 protiraket. Trošku nepoměr, což?!<sup>44</sup>*

Server novinky.cz je v zásadě tematicky nevyhraněný, a proto se v tamějších diskuzích (i když méně) ženské hlasy ještě vyskytují. Mnohem viditelnější tematická preference je zřetelná na serveru neviditelnypes.zpravy.cz, kde se ženy vyskytují skutečně zřídka. A opět, diskuze na libovolné téma mnohdy končí u politického systému České republiky, potažmo situace celého světa: např. článek *FRANCIE : Zákon proti homofobii nebo svoboda slova*<sup>45</sup> vyvolal reakci *No jo, ale co je to platné? Tak jako se za bolševika nesmělo pochybovat o pravdách vědeckého komunismu, tak se teď nesmí pochybovat o pravdách vědeckého homosexualismu. Ale Evropané stejně vymřou, tak co. Oni si to muslimové uspořádají podle svého.,* takže v podstatě opět od tématu.

Politické téma s sebou přináší i typické politické řečové obraty, ovšem často individuálně upravené a jejich vyjádření jsou značně expresivní: např. na názor autora „k.k.“ (*Nemám proti nim nic pokud se budou chovat jako minorita. Ale ekluje se mi, když své úchyvky vydávají za normálnost. Ať si v soukromí dělají co chtějí, ale ať neotravují svými úchylnostmi a zvrácenostmi okolí. Toť vše.*) reagoval autor „Ladislav“ slovy *Problém je v tom, že aktivisté vystupující jejich jménem pro ně (a také pro sebe) vyžadují všemožné výhody na úkor společnosti. Ostatně není to jediný případ, ječet o znevýhodňování a pak cucat ze státního rozpočtu a chtít privilegia je zaručeně fungující podnikání - riziko žádné, výnosnost velká. Autor „Sk/epticus Max/imus“ dodává: Všelijakých vychcánků a vyžírků je plná EU a ta zhovadilost jménem "Listina základních práv a svobod" atd. tomu přispívá mírou*

---

<sup>44</sup><http://cgi.novinky.cz/discussion/discussionScreen?server=novinky&discussionId=109327&articleId=110571&pageNumber=2>

<sup>45</sup> [http://neviditelnypes.zpravy.cz/diskuse.asp?idiskuse=A070321\\_115209\\_p\\_zahranici\\_wag](http://neviditelnypes.zpravy.cz/diskuse.asp?idiskuse=A070321_115209_p_zahranici_wag)

nevídanou.<sup>46</sup>, což jen potvrzuje teorii, že muži jsou v komunikaci více rázní a bojovní, neboť jsou přesvědčeni o vlastní pravdě, a také více tíhnou ke slovům označujícím destrukci, ke klení a nadávkám. Pisatelé ve svých příspěvcích doslova bojují o to, která strana má pravdu. Každý si stojí za svým přesvědčením a cítí se jako hrdina.

Diskuze, kterých se účastní ve většině **ženy**, mají s politikou mnohem méně co do činění. Server novinky.cz uveřejnil několik článků na téma registrované partnerství homosexuálů či adopce dětí homosexuály a zde byl poměr zúčastněných žen skoro stejný jako poměr mužů. Diskuze byla u všech článků s tímto tématem bohužel zrušena, a to z důvodu velkého množství vulgárních výrazů urážejících danou menšinu. Vulgarismy byly použity zejména mužskými pisateli. Muži se vyjadřovali mnohem agresivněji a mimo to bylo možné pozorovat rozdíly v přístupu obou pohlaví. Ženy většinou reagovaly na předchozí příspěvek s úmyslem diskuzi nasměrovat k jakémusi smířlivému řešení; muži naopak svůj názor uvedli vždy rezolutně, bez ohledu na ostatní zúčastněné, jako by právě jejich hlas měl být tím rozhodujícím a konečným.

Průběh diskuzí, v nichž převažují ženské hlasy, je v mnohém podstatně odlišný od průběhu diskuzí mužských. Obvykle je v článku nastolen problém a ženy se jej vzájemnou spoluprací snaží vyřešit. Ženy se snaží být si nápomocné, vzájemně se radí, doporučují si něco, s čím už má jiná žena zkušenosti, a tímto je předává dál. Jasně převažuje funkce kooperativní.

Například na stránkách [www.rodina.cz](http://www.rodina.cz), kde je jedním z hlavních témat rodičovství, mateřství, porod a věci s tím související, mají diskuze svůj tradiční průběh. Autorka článku popíše svůj příběh a čtenářky v diskuzi reagují, popisují své zážitky, své pocity a mnohostranně se podporují. V článku s názvem *Když mlíčko neteče*<sup>47</sup> se autorka dělí o své poznatky z několikaměsíčního období snahy o tvorbu vlastního mléka a dokrmování umělou výživou. Hned první reakce je přímo ukázková: *K tomuto nelze nic říct. Obdivuji vůli Jitky a její výdrž. Já takovou neměla. Ale co jsem měla dělat, když u dcery se mi mléko neudělalo vůbec a u kluka jsem ho měla méně a méně, navzdory častému přikládání, střídání prsů, laktační poradkyni, dobré technice a já nevím, čemu všemu. Jitko gratuluji a obdivuji tě.* Pisatelka zvaná „insula“ nejprve naváže na článek, složí „kolegyni“ poctu, poté se ostatním svěří s vlastním problémem a lze předpokládat, že žádá odezvu v podobě podpory jiných žen, které se s podobným problémem buď samy setkaly, nebo znají nějaké informace k věci. Nakonec „insula“ ještě zopakuje svou poklonu autorce, čímž se vlastně i rozloučí. Podobný

<sup>46</sup> [http://neviditelnypes.zpravy.cz/diskuse.asp?iddiskuse=A070321\\_115209\\_p\\_zahranici\\_wag](http://neviditelnypes.zpravy.cz/diskuse.asp?iddiskuse=A070321_115209_p_zahranici_wag)

<sup>47</sup> <http://www.rodina.cz/scripts/detail.asp?id=5598>

průběh je v mužských diskuzích neobvyklý. Zde hraje velkou roli i to, že pisatelky vědí o minimální účasti mužů, a proto se necítí nikterak svázány ve své komunikaci a ta tím získává na spontánnosti a přirozenosti. V diskuzích náležících jak ženám, tak mužům, se mnoho žen staví do role jakési mužům rovnající se válečnice a přistoupí na jejich pravidla hry.



## 4.0 Prokázání rozdílů na konkrétních textech

### 4.1 Časopisy

Důležitou oblastí výzkumu jazyka je analýza masové produkce určené konkrétně ženám, resp. mužům - např. reklamní nebo časopisecké. V 90. letech pronikl do českého prostředí specifický žánr v podobě dvou vzájemně si blízkých časopisů, *Top dívka* a *D17 (Super dívka)*, který pokračuje do dnešní doby nepřeberným množstvím různých časopisů a magazínů určených moderním dívkám, moderním ženám a moderním mužům. Pro všechny tyto časopisy platí mnoho – někdy společných, někdy naopak protikladných – pravidel.

#### 4.1.1 Časopis pro dívky

##### 4.1.1.1 Čtenářka jako individuum

Prvním pravidlem, typickým spíše pro časopisy určené mladším ženám a dívkám, je velmi **sugestivní oslovování čtenářky**. Hned úvod dubnového vydání časopisu *Top dívky* (ročník 2007) je příkladový:

*Tak tady pro tebe máme další zbrusu novou Top dívku - tentokrát už dubnovou! A pozor! I tentokrát máme pro tebe úžasný dárek - úžasné sexy náušnice v modré nebo černé barvě! Ale to není to hlavní - Top dívka i s dárkem stojí neuvěřitelných 39 korun! To je prostě bomba! A co v dubnové Top dívce najdeš? Čeká tě rozhovor s L. B. P., v módě ti poradíme, jak kombinovat modýlky, užiješ si Noida na nádherných fotkách a poradíme ti, jak si vyvěštit budoucnost ze skořápek od Kinder vajíček! Společně vyřešíme problém s mastnou pletí a pupínky, ukážeme ti, jak se můžeš stát úspěšnou dohazovačkou, představíme ti filmový trháč měsíce - Rande měsíce a v testu poznáš svoje skryté vlohy! Máme pro tebe taky super tipy, jak zmáknout přijímačky, přečteš si reportáž o osmnáctileté Lence, která je HIV pozitivní a ukážeme ti, jak správně nalíčit oči. Zaujme tě určitě taky fotoromán - o Lindě, která se chce stát modelkou za každou cenu! A pozor - je tu novinka - 4 x maxi plakát! Kromě toho nechybí taky hafo módních stránek, trapasy, akta X a obrovská hromada soutěží! Tak honem do trafiky - ať ti jí nevyprodají!*

Čtenářka je stále oslovoována tvary **osobního zájmena ty** (*pro tebe, čeká tě, poradíme ti, ukážeme ti, představíme ti, zaujme tě, ať ti jí nevyprodají*). Redakce časopisu si vykonstruovala imaginárního čtenáře a využívá zde postupu syntetické personalizace. Obrací se sice k mase a aktuálního příjemce nezná; vytváří ale pomocí zájmena *ty* dojem, že každého jedince v mase „bere“ jako individuum.<sup>48</sup> Volba osobního zájmena je *Ty* a **přivlastňovacího zájmena tvůj** je nápadně častá. S oslovením souvisí i volba slovesných tvarů druhé osoby singuláru. (*co najdeš, užiješ si, přečteš si*). Všemi těmito prostředky je zvyšována apelativnost textu.

Kromě slovesných tvarů druhé osoby singuláru nalézáme i časté užití tvarů druhé osoby plurálu, které vyvolává větší pocit důvěrnosti a vzájemné spřízněnosti. Redakce se staví do pozice jakési blízké přítelkyně, která ví, co čtenářka zrovna potřebuje, a dává jí možnost svěřit se důvěryhodné „partě“ (*máme pro tebe, poradíme ti, společně vyřešíme, ukážeme ti, představíme ti*).

Čtenářky dívčích časopisů jsou ideálním cílem, se kterým lze nejsnáze manipulovat. Vyhraňování jejich názoru je teprve v procesu formování a toho se snaží každý časopis podobného typu využít. Informace vnímatele ovlivní pouze natolik, nakolik to on sám připustí. Mladé dívky jsou v tomto směru bohužel méně rezistentní.<sup>49</sup>

#### 4.1.1.2 Iluze společné zkušenosti a porozumění

Dalším ze strategických klišé je vytváření iluze společné zkušenosti autorky a čtenářky. Autorka ví, co čtenářka potřebuje, co ji trápí, co ji naopak baví, jaké jsou její postoje a dokonce ví, co čtenářka právě dělá (*společně vyřešíme problém s mastnou pletí a pupínky, máme pro tebe super tipy, jak zmáknout přijímačky*). Text bývá veden dialogicky a předpokládá přitakání čtenářky.

Podbízivý tón časopisu je dokumentován i volbou výrazů, mající za úkol signalizovat naladění na stejnou vlnu, a to vlnu čtenářčinu. Přednost mají výrazy běžné ve slovníku čtenářky (*To je prostě bomba!, super tipy, jak zmáknout přijímačky; maxi plakát, hafo módních stránek, trapasy, obrovská hromada soutěží!, Tak honem do trafiky!*).

---

<sup>48</sup> Čmejrková, S.: Kdo je Ty? Jazyk pro dívčí časopis aneb syntetizovaná čtenářka. In: Nebeská, I., A. Macurová (ed): *Jazyk a jeho užívání. Sborník k životnímu jubileu prof. O. Uličného*. Praha: FF UK 1996, s. 267.

<sup>49</sup> Tamtéž.

#### 4.1.2 Časopis pro moderní ženu

Současné chápání ženskosti je nastaveno tak, že vidí ženy jako milující, svědomité (ve vztahu k rodičům a partnerům), nekritické (ve vztahu k dětem) a pečující o svůj vzhled (zejména co se týče váhy). Avšak – jak ukazuje každodenní život, ženy nejsou tak pasivní, jakými by je chtěla převládající ideologie mít. Musejí ale ještě bojovat za to, aby mohl být veřejně odkryt alternativní diskurz, v němž si beztrestně postěžují na to, *jak strašně je štvře jejich matka, že jim děti lezou na nervy a že je jim ukradené, když nemají velikost punčoch považovanou za jedinou správnou a ideální*.<sup>50</sup>

##### 4.1.2.1 Ženský vzhled jako důležitá vlastnost ženy

Na stránkách [anarchofeminismus.ecn.cz](http://anarchofeminismus.ecn.cz) se v článku *Jazyk, média, stereotypy* autorka s označením *Hedvika* snaží poukázat na některé stereotypní modely v českých médiích, nejen na způsob, jakým se o ženách mluví, ale i například na to, čím se vyznačují rozhovory se ženami. Tyto stereotypní způsoby vyjadřování jsou dle ní vlastní jak mužům, tak ženám, a jsou ovlivňovány naším vyjadřováním a myšlením, které je dáno existencí patriarchální společnosti.

Jedním ze stereotypů je podle Hedviky chápání ženského vzhledu jako důležité vlastnosti ženy. U mužů se zdůrazňuje profesní uplatnění, čeho dosáhli, jaké mají vhodné vlastnosti pro svoji práci, zřídka pak, jak vypadají. U žen má popis opačné pořadí, na prvním místě bývá často vzhled, někdy též věk. Pro představu je v článku uvedeno několik příkladů:<sup>51</sup>

Herec a zpěvák Josef Laufer představuje mladou kolegyni: *Tereza by se mohla jednou stát takovým ženským idolem, protože je příjemná, půvabná, mladá a talentovaná*. Prima jízda, 16.2.2000

M. Šimek k Z. Bubílkové: *Vypadáte jako naše politická a ekonomická situace: čím dál tím líp, čím blíže tím hůř*. S politiky netančím, listopad 1999

Hedvika si všímá skutečnosti, že při představování ženy se nejprve hovoří o jejím vzhledu – půvabná, mladá, potom teprve o jejích přednostech a její práci – talentovaná.

<sup>50</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3hovory.html>

<sup>51</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3stereotypy.html>

Z. Bubílková s M. Šimkem často žertují o politice. Paní Bubílková a jiné ženy pohybující se na politické scéně jsou podle Hedviky středem vtipů směřujících na jejich vzhled.

V patriarchální společnosti se používá jazyk mužů, který logicky obsahuje mužské hodnoty, a tím vlastně ve vyjadřování zcela schází ženský pohled. Pokud se tento pohled objeví, je odsouzen jako subjektivní, protože neodpovídá normě, mužské "objektivitě".<sup>52</sup>

Proti mužské nadvládě se snaží bojovat právě různé časopisy a magazíny určené moderním ženám, které by v těchto publikacích měly nalézt metody, „jak si svůj život usnadnit“. Jsou vybízeny, aby využívaly svých ženských zbraní a těmi se postavily do protiútoků proti mužům a jimi řízenému světu.

Jako jedna z nejdůležitějších ženských zbraní je zde vnímána **ženská krása** a k ní je směřováno velké množství doporučení a rad pro ženy. Tomuto tématu se věnuje téměř každý ženský časopis, takže článků typu *Hýčkejte svou pleť i vlasy*, *Pět překvapivých škůdců vaší krásy*, *Triky pro dokonalý make-up*, *Vrásek vás zbaví zlaté nitě* apod. je nepřehledné množství. Ideální heterosexuální pár z reklamy tvoří krásná žena a inteligentní muž a tomuto ideálu by se měla chtít většina čtenářek „moderních“ časopisů co nejvíce přiblížit. V reklamních sděleních (skrytých v běžném textu či uvedených přímo) je žena jemná, svěží, pečující a opečovávaná a tím dávají autoři těchto sdělení čtenářkám najevo, že toto je ta správná cesta. Vše je založeno na spolupráci redakce a firem, které prostřednictvím redakce své výrobky propagují. Aby žena byla více motivována k následování v časopise uvedených doporučení, musí se jí časopis svoji formou co nejvíce přiblížit. Využívá tedy patričního komunikačního stylu. Jako příklad by mohl sloužit současný populární ženský časopis *Cosmopolitan*, např. článkem *Oči bez opuchů, vrásek a kruhů*<sup>53</sup>:

*Škrtněte otoky, vrásky i tmavé kruhy ze svého seznamu vad na kráse. Víme, jak s nimi důsledně zatočíte a proberete oči i po tom nejdivočejším mejdanu.*

*Ráno se probudíte a v blaženém nevědomí nakráčíte do koupelny. Když ale mrknete do zrcadla, zjistíte, že máte příšerně napuchlé oči, navíc podkreslené natolik temnými kruhy, že je nezvládne ani váš korektor.*

*Včera jste sice lehce oslavovala kamarádův svátek, ale to neznamená, že musíte celý den připomínat čerstvě vykopaného krčka! Než tedy vylovíte ze skříň obrovské sluneční brýle, přečtěte si tenhle článek.*

<sup>52</sup> <http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3stereotypy.html>

<sup>53</sup> <http://www.super.cz/kosmetika/12011-oci-bez-opuchu-vrasek-a-kruhu.html>

### **Otravné vrásky**

*Začaly vám jemnou kůži kolem očí napadat první rýhy? Pokud nežijete v chatrči uprostřed hlubokých lesů, vaši pokožku důsledně ničí stres, znečištěný vzduch, špatný jídelníček a UV záření. Také vám chabnou vazivová vlákna, pleť hůř udržuje vodu a uvadá.*

*Pokožka si navíc dobře pamatuje vaše úsměvy a podmračené pohledy a rýhuje se v místech, která se při nich vrásní. Protože je okolí očí z celého obličeje nejkřehčí, s jeho stárnutím se můžete potýkat už po oslavě pěťadvacátin.*

*Snažte se proto hodně pít a pořídte si dobrý krém. Měl by mít hydratační účinky a obsahovat vitaminy, které podpoří obnovu buněk. Zkuste třeba mazadlo v tužce Express Repair Eye Pen, Oriflame, 299 Kč.*

### **Kruhy pod očima**

*Kukadla vám zezdola zdobí černé šmouhy a žádný odličovač na ně nezabírá? V případě, že se kruhů nemůžete zbavit ani po pohodovém víkendu na horách, byste měla nejdříve vyloučit onemocnění srdce nebo ledvin, případně se objednat u lékaře na krevní obraz.*

*Vaše oči se ale můžou utápět v černotě i kvůli dědičnosti, kouření, přílišnému solení, nedostatku vitaminů A a D a celodennímu zírání do počítače. Pořídte si do kanceláře pár okrasných rostlin a jednou za půl hodiny nechte oči odpočívat pohledem do zeleně. Dopřejte si také vydatný spánek, přestaňte kouřit a vitaminy A a D doplňte třeba mrkvovým salátem pokapaným olivovým olejem. Kůži pod očima nakrmte například krémem Magic Eye Balm, L'Occitane, 695 Kč. Obsahuje bambucké máslo, bojuje proti únavě a zároveň působí jako lehký korektor.*

### **Pomejdanová pomoc**

*Zapomněla jste se na firemním večírku a kromě bolesti hlavy a žaludku na vodě se na svět díváte přes dvě nateklé škvíry? Obličej několikrát opláchněte nejdříve vlažnou a potom studenou vodou. Do čistého ručníku zabalte několik kostek ledu a střídavě ho přikládejte na jedno a druhé oko. Potom na ně na pět minut přiložte obklad z heřmánku nebo černého čaje. Oční lázně ukončete lehkou masáží horního víčka od vnitřního koutku k vnějšímu. Na závěr povzbud'te zrak očním gelem. Například Hydraphase, La Roche-Posay, 420 Kč.*

### **Obecná charakteristika textu:**

Text je psanou realizací promluvy určené specifickému adresátovi – čtenářce časopisu pro moderní ženu. Adresát je nepřítomen, ale styl promluvy je zaměřený na konkrétní typ adresáta. Je psán formou monologu, ovšem s náznaky dialogičnosti. Pisatelka jakoby znala čtenářčiny problémy, neboť je i ona jednou z těch „moderních“ žen. Jde o styl publicistický až prostě sdělovací, má za cíl čtenáře poučit, informovat, navíc ho má často o něčem přesvědčit, zároveň však pobavit. Je zde patrná oficiálnost, ale také snaha o familiárnost. Text je snadno srozumitelný. Důležité je, aby projevy byly aktuální a pravdivé, všeobecně přístupné a srozumitelné, působivé a originální a nepřiliš dlouhé. Obecně komunikační funkce textu je informovat a přitom pobavit. To vše je splněno.

Používá se jazyk spisovný s hovorovými výrazy (*pěťadvacátiny*, *zíraní do počítače*, *pomejdanová noc*). Často se uplatňují ustálené obraty a formule (*vada na kráse*) – rychle vyjádří určitou informaci nebo myšlenku, rychle se v nich orientuje. Opak automatizace je aktualizace – použití neobvyklých slov a slovních spojení mají za úkol čtenáře upoutat (*oči se můžou utápět v černotě*). V kompozici publicistických útvarů se uplatňuje systém obrácené pyramidy – nejdůležitější informace jsou řečeny hned na začátku, potom se uvádějí doplňující fakta. Zde je na začátku představen problém a jeho řešení přichází až postupně. Tím článek publicistickému stylu neodpovídá. Úvod publicistického textu musí čtenáře upoutat, používají se k tomu všechny možné prostředky, vyskytují se v něm nejdůležitější data (kdo – vy, kdy – po večírku, co – kruhy pod opuchlými očima a vrásky, jak – krémem), takže tomuto článek odpovídá. Název *Oči bez opuchů, vrásek a kruhů* čtenářku přesvědčí o výhodách spojených s přečtením článku.

### **Slovní zásoba a syntax:**

V článku je zřetelný současný **trend demokratizace**, který má za úkol zvýšit neformálnost vyjadřování, projevuje se zde posun směrem k mluveným formám, k prostředkům běžných každodenních dialogů; dochází k pohybu hranice mezi veřejným a soukromým.<sup>54</sup>

Slovní zásoba odpovídá běžné konverzaci, nevyskytují se žádné složité konstrukce. Pisatelka neočekává nijak specifikované publikum, omezené pouze pohlavím.

Jedním z typů jazykových prostředků, na které kritičtí lingvisté zaměřují svou pozornost, je metaforické vyjadřování, konkrétně např. výskyt „**militaristických**“ **metafor** v různých oblastech veřejného života<sup>55</sup>: *Začaly vám jemnou kůži kolem očí napadat první rýhy?, vaši*

<sup>54</sup> Hoffmannová, J.: *Stylistika a ...*. Praha: TRIZONIA, 1997.

<sup>55</sup> Tamtéž, s. 57.

*pokožku důsledně ničí stres, krém bojuje*. Tyto výrazy mají za úkol zvýšit míru naléhavosti a přimět tak recipienta k vážnějšímu přístupu k obsahu textu.

Dalším typem jazykových prostředků zde užitých jsou **nepřímá pojmenování**. V článku je nepřehledné množství **frazémů** a **metafor**, většinou již lexikalizovaných: *škrtněte vrásky ze seznamu vad; víme, jak s nimi zatočíte, odličovač nezabírá, oči podkreslené temnými kruhy, otravné vrásky, vylovíte ze skříňe, díváte se na svět přes dvě nateklé škvíry, povzbudíte zrak; někdy až básnických: pleť uvadá; velice často užitým druhem metafor je **personifikace**: *proberete oči, (kruhy) nezvládne ani váš korektor, pokožka si pamatuje, vaše oči se můžou utápět, nechte oči odpočívat, kůži nakrmte, krém bojuje, oční lázně*.*

Básnické jsou zde nejen metafor, ale najdeme zde i **poetické výrazy** jako např. *v blaženém nevědomí nakráčíte...* Doplnění predikátu výrazem *do koupelny* jeho celou poetičnost poněkud oslabí. Celý „proces“ pokračuje dál hovorovým výrazem *mrknete do zrcadla*, který má čtenáře z básnického světa uvést zpět do ranního koupelnového dění v životě moderní ženy a finále přichází v momentě zjištění, že *máte příšerně napuchlé oči*. Teď je čtenářka definitivně vržena do představy, kterou „zaručeně“ musí znát, a proto neváhá a lačna po dalších radách čte dál.

Produktor využívá také **ironie**, např. *Včera jste sice lehce oslavovala kamarádův svátek..., kukadla zdobí černé šmouhy, zapomněla jste se na večírku* a **hyperboly**: *obrovské sluneční brýle, i po tom nejdivočejším mejdanu. Přirovnání* *musíte celý den připomínat čerstvě vykopaného krtka!* celý text vtípem oživí. Slovo *opuch* v první větě je autorkou vytvořený okazionalismus.

### **Tematika:**

Článek se zabývá důležitostí péče o ženskou pleť. Konkrétní problémy, které jsou uvedeny, se týkají ženských „vad na kráse“ spojených s nedostatkem spánku a přemírou škodlivin v našem okolí.

Jedním z úkolů textu je čtenářku nenásilně „inspirovat“ k důkladnější péči o svůj vzhled, což s sebou nese i její účast na odbytu zboží (zde skrytě) propagovaného konkrétní firmou (*Oriflame, L'Occitane*). Obrat *zkuste třeba* má navodit dojem autorčiny nezaujatosti, nenásilnosti a přímo kamarádské upřímnosti, se níž tuto radu podává. Cena výrobku, která samozřejmě nesmí chybět, má čtenářku přimět k tomu, aby jí i částky hodnocené původně pro většinu lidí jako přehnané (např. 695 Kč za krém) přišly zcela standardní.

Čtenářka je vnímána jako moderní „in“ žena, která dávno není onou „domácí putřkou“, ale úspěšně buduje svou kariéru (*na firemním večírku*), kde jsou např. informační technologie

samozřejmostí (*celodenní zírání do počítače*), a má svůj styl. S touto rolí se má díky čtení textu sžít i každá vlastně průměrná žena, která ovšem prostřednictvím článku (minimálně vnitřně) „povýší“. Dojem nespoutanosti a emancipovanosti navozují „typické“ příklady situací ze života každé z těchto moderních žen, plného nejružnějších dobrodružství a skvělých zážitků: *po tom nejdivočejším mejdanu, po pohodovém víkendu na horách*.

### **Ženské prvky v textu:**

Významným ženským prvkem je preference určitých témat, a to jiných než typických pro muže. Zde jde konkrétně o kosmetiku. Dnes už se objevují mnohá doporučení i pro muže, jak se mají starat o svou pleť; i přesto zůstává kosmetika stále doménou žen.

Jako další typicky ženský prvek bývá uváděna větší syntaktická uvolněnost (viz. výše). Vzhledem k tomu, že se jedná o text psaný a nikoliv mluvený, tento rys se nijak zřetelněji neprojevuje. Syntaktickou uvolněnost je možné sledovat mnohem více v textech mluvených a nepřipravených.

Zřejmá je emocionálnost projevu, zastoupená především hyperbolami, pomocí nichž autorka jakoby přehání: *příšerně, obrovské*. Dramatičnost je pak nepřehlédnutelná.

S péčí o pleť souvisí další ženami oblíbené téma týkající se vzhledu – **móda**. Vhodným příkladem je článek (z březnového vydání časopisu Cosmopolitan, ročník 2007) *Barvy, které kralují jaru* od Elišky Večerkové:

*Opravdové jaro už vystrkuje růžky, a to znamená, že brzy bude kolem nás hezky barevně. Módní návrháři se rozhodli, že přenesou barvy na oděvy a vytvoří zajímavé zářící kolekce. Jaké barvy jsou pro letošní jaro v kurzu?*

#### *Romantické*

*V každém butiku rozhodně narazíte na šatičky v pastelových něžných barvách (zelenkavá, bledě modrá, jahodová pofrčí). Letošním hitem je také růžová! Neváhejte pořídit si klidně košílové šaty, které vypadají skvěle i k džínům. Letos se nosí jakákoliv délka, takže máte-li sexy štíhlé nohy, předved'te se v »mini«. Naopak – jste-li majitelkou nadupaných stehů, sáhněte po delší variantě.*



*Bílá je vděčná*

*Stálíci zůstává i nadále bílá, ta se snad neomrzí nikdy na jakémkoliv módním kousku. V kombinaci s černou nebudete mít rozhodně chybu. A navíc, když zvolíte rozverný puntík, budete vypadat hodně mladistvě.*

*Zelená boduje!*

*Zelená je v tomto období snad úplně všude, nejinak tomu je i v módě. Trendy budete v zelené sukýnce, punčoškách nebo kabátku – nosí se opět trenčkoty, které vypadají velmi elegantně a schovají i větší pozadí. Jestli jste přece jen konzervativnějšího ražení, nemusíte volit trenčkot v křiklavé zelené, ale třeba v opálově šedé barvě. Odvážnější dámy se pak mohou zahalit do kabátku v sytě fialové.*

*Zlato a stříbro*

*Je to k neuvěření, ale kovové odstíny jsou opět tady! Vyniknou zejména na doplňcích. Pořídíte-li si zlatou nebo stříbrnou kabelku, budete naprosto stylová. Jen ale nezapomeňte na to, že méně je někdy více, proto se moc nepřezlaťte.*

### **Obecná charakteristika textu:**

Text je opět psanou realizací promluvy určené specifickému, ovšem nepřítomnému adresátovi – čtenářce časopisu pro moderní ženu. Je psán formou monologu s náznaky dialogičnosti. Jedná se opět o oficiální text se snahou o familiárnost. Obecně komunikační funkce textu je informovat.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Stejně jako v předchozím článku je i zde zřetelný posun směrem k mluveným formám a k prostředkům běžných každodenních dialogů.

V článku je opět užito **metafory** a **personifikace** (*jaro vystrkuje růžky, bílá zůstává stálíci, rozverný puntík, zelená boduje, bílá je vděčná*). Je zde přemíra ujišťujících a zesilujících výrazů, text musí být absolutně přesvědčivý: *opravdové jaro, v každém butiku rozhodně, velmi elegantně, naprosto stylová*. Zajímavé je zastoupení **deminutiv**: *růžky, šatičky, v sukýnce, punčoškách nebo kabátku*. Nově vytvořený výraz *nepřezlaťte* přispívá k větší familiárnosti.

Z celého článku přímo srší pozitivní nálada z příchodu jara naplněného světlem, barvami a energií: *hezky barevně, zářící kolekce, mladistvě* (typický výraz pro oblast ženské krásy). Text

je plný emocionálních výkřiků: *Letošním hitem je také růžová!* , *Neváhejte...*, *Zelená boduje!* , *Je to k neuvěření, ale kovové odstíny jsou opět tady!*, *nebudete mít rozhodně chybu.*

Typické výrazy užívané ve spojitosti s módou jsou *barvy jsou v kurzu*, *letošním hitem je...*, *na módním kousku*, *trenčkot* (výraz pro kabát s páskem), *jahodová pofrčí*.

Článek chce vyjít vstříc širokému publiku, musí proto zohlednit veškeré možné typy žen. Cílem není poradit pouze krásným „in“-ženám, nýbrž rady v něm má nalézt i žena, pro kterou by propagovaná móda byla na první pohled spojená a problémy: *jste-li majitelkou nadupaných stehů*,... Vše je psáno v maximální slušnosti.

V textu je pomocí otázek patrná snaha o navázání kontaktu se čtenářkou (*Jaké barvy jsou pro letošní jaro v kurzu?*). V podstatě jde o rétorickou otázku. Je jasné, že čtenářčina odpověď zní: *Nevím a chci se to dozvědět*. Proto si také tento článek vybrala. Tázající se straně však nejde o odpověď; tím, že otázka byla položena, dodává čtenářce pocit důležitosti, pocit spolurozhodování.

### **Tematika:**

Text se zabývá současnou módou pro ženy. Cílem článku je inspirovat a přesvědčit čtenářku, aby si našla oblibu v právě přicházejících trendech. I zde je cítit snaha žen získat si krásu a s tím související uznání okolí.

### **Ženské prvky v textu:**

První prvek, tedy preference určitých témat, je splněn opět stoprocentně: móda je u většiny žen jedním z prvních objektů zájmu.

Emocionálnost projevu je patrná ve slovní zásobě, především prostřednictvím metafor a deminutiv.

#### **4.1.2.2 Boj ženy s mužem**

Vedle tematiky ženského vzhledu je mnoho prostoru věnováno rozdílu mužů a žen a řešení konfliktů s tím spojených.

Jako příklad uvádím několik bodů z článku *Potíže, když bydlíte spolu*.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> <http://www.super.cz/vztahy/12944-potize-kdyz-bydlite-spolu.html>

*Společné bydlení nebude jen slast. Připravte se na pár trablů dřív, než odešlete tuhle lásku k čertu!*

*>> 1. Deodorant na boty se stane nutností. Zatímco vaší dívčí garsonkou se nejspíš linula libá vůně květinového parfému, společný byt brzy ovládne zcela jiný pach. Kupte mu jeden sprej na propocenou obuv a ukážte mu, jak se používá.*

*>> 2. Jeho mobil vás vystaví pokušení. Budete se s ním ocitat o samotě. Často. Plácněte se přes ruku, kdykoliv vás popadne chuť si v něm i jen tak trochu zašmejdit.*

*>> 3. Má jiné chutě. Nacpe špajzku sádlem, čili a hořčicí. Do smažených vajíček přimíchá plesnivý sýr, který mu upadl na podlahu. Vy zachovejte klid a osobní hygienu.*

*>> 4. Objeví, jaké množství kabelek a bot doopravdy vlastníte. A kdykoliv to použije proti vám! Už nikdy si před ním nebudete moci účinně stěžovat, že nemáte co na sebe.*

*>> 5. Holicí strojek plný vousů. Chlupy na zemi a v umyvadle. Mastná špína na vaně. Kartáč obalený jeho kudrnami. Vaše nablýskaná voňavá koupelna utrpí těžkou ránu.*

*>> 6. „Nevíš, kde jsou moje ponožky?“ Samozřejmě že to moc dobře víte. Taky ale víte, co ted' udělat, když vám úloha tatínka coby opečovávaného neschopného fotříka byla odporná už v dětství. Kousnout se nemilosrdně do jazyka!*

*>> 7. Jeho kamarádi. Ano, i ty jste si nastěhovala do bytu spolu s milovaným. A jejich vášeň značkovat orosenými lahvemi nablýskaný konferenční stolek, drobit chipsy po huňatém koberci a otírat mastné prsty do prvotřídní pohovky.*

*>> 8. Nikdy se nedívejte pod jeho stranu matrace. Prostě to nedělejte. Nepotřebujete přece objevit zkamenělé kapesníky a jeho ponožky rozkládající se pod postelí.*

### **Obecná charakteristika textu:**

Text je psanou realizací promluvy určené specifickému adresátovi – čtenářce časopisu pro moderní ženu. Adresát je nepřítomen, ale styl promluvy je zaměřený na konkrétní typ adresáta. Je psán formou monologu, ovšem s náznaky dialogičnosti. Text je oficiální, snaží se ovšem o familiárnost. Text je shrnutím problémů spojených se společným bydlením muže a ženy, uspořádaných do několika bodů.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Slovní zásoba opět odpovídá běžné konverzaci. Je psána spisovnou češtinou, někdy jsou použity nespisovné výrazy (*nacpe špajzku, fotříka*).

Hlavním a velice výrazným rysem textu je stereotypizace muže jako nečistotného jedince, kterého si žena „vpustí“ do svého útulného obydlí. Stereotypizace pak předčí veškeré další

prvky. I přesto zde lze nalézt **personifikaci** (*koupelna utrpí těžkou ránu*), **frazémy** (*odešlete k čertu, kousnout se do jazyka, vůně se linula*), **metafory** (*zkamenělé kapesníky*), **ironii** (*jejich vášeň značkovat orosenými lahvemi nablýskaný konferenční stolek*) a velké množství **multiverbálních spojení** (*stane se nutností, vystaví pokušení, zachovejte klid, utrpí ránu*).

Přestože se jedná o interakci psanou, text splňuje mnoho podmínek pro mluvenou formu dorozumívání. **Mluvená interakce** je silně vázána na přímý, bezprostřední kontakt partnerů a na jejich vzájemné vztahy, na bezprostřední následnost, na situaci a často přímo na společnou činnost partnerů. Mluveným komunikátům se připisuje větší dynamičnost, aktuálnost a prospektivní zaměření. S bezprostředním situačním kontextem účastníků mluvené komunikace souvisí větší konkrétnost, subjektivnost, emocionalita jejich vyjadřování, jejich větší „angažovanost“, osobní zaujetí (*involvement*). Naproti tomu u psané komunikace je uspořádání produkce a recepce v čase i prostoru často velmi vzdálené, osobní vztahy partnerů často nehrají roli a zpětná vazba může být minimální. Psané texty se pokládají za statické, zaměřené spíše retrospektivně.<sup>57</sup>

Přestože autorka textu nemůže tušit, jaká čtenářka článek čte a jaké jsou její problémy, zaměřuje své rady na konkrétní situace a předpokládá, že jistě někdy v životě čtenářky nastaly či pravděpodobně hrozí, že nastanou. Mezi komunikačními partnery tak vzniká vztah vzájemné blízkosti, důvěrnosti a porozumění. Autorka se angažuje v osobní záležitosti čtenářky, zná její styl života, zvyky a troufá si odhadnout její možné reakce: např. větou *vaší dívčí garsonkou se linula libá vůně květinového parfému* autorka jasně dává najevo, že jako čtenářku předpokládá čistotnou, „voňavou“ mladou ženu, která už žije ve svém prvním malém bytečku. Věta *Kupte mu jeden sprej na propocenou obuv a ukažte mu, jak se používá*. je ironickým připomenutím zažitého **stereotypu**, že muži jsou jaksí méně čistotní než ženy, a doplňuje tak větu z předchozího příkladu. Spojení *jeho mobil vás vystaví pokušení* zase naznačuje, že pisatelka velmi dobře zná čtenářčiny zápasy s vlastním svědomím, zda respektovat partnerovo soukromí, či nikoliv. **Futurum** vyjádřené větou *Budete se s ním ocitat o samotě*. neodpovídá běžnému způsobu – jedná se o dokonavé sloveso, u nichž je pro tvoření budoucího času obecně preferován přítomný tvar (*ocitnete se*), nikoliv opisné futurum užívané u sloves nedokonavých, jako je tomu zde. Spojení sugeruje pocit, že situace bude přicházet jakoby náhodou, a to dokonce často, ne jen jedenkrát, a bude čtenářčino svědomí neustále silně pokoušet. Osamostatněná částice *Často*. varuje. Byl-li by článek čten nahlas, tato jednoslovná věta by pravděpodobně byla čtena s větším důrazem než věty předchozí a

---

<sup>57</sup> Hoffmannová, J.: *Stylistika a...* Praha: TRIZONIA, 1997.

tím by byla její varující úloha markantnější. Následující spojení *plácněte se přes ruku* recipientku uvede do role malé zlobivé holčičky, která se právě chystá udělat něco zakázaného. Autorce je jasné, že za spojením *popadne vás chuť si v něm i jen tak trochu zašmejdít* vůbec neznámá *jen tak trochu*, stejně jako čtenářka i ona ví, že ženy velice rády „prozkoumávají“ různé utajené dokumenty a postupují velice rychle. Čtenářka sama sobě už na začátku nalhává, že se vlastně o žádné „šmírování“ nejedná, vždyť je to *jen tak trochu*. Spojení *jen tak trochu* pak působí komicky.

Dalším stereotypem je představa, že všechny ženy jsou přímo chorobně závislé na nakupování a trpí pocitem nedostatku oblečení; musí proto neustále kupovat dál a dál a jejich skříň je přitom už dávno plná až po okraj. Muži tuto „úchylku“ nechápou a ženy jsou tak nuceny svůj „poklad“ neustále zapírat. Ve větě *Objeví, jaké množství kabelek a bot doopravdy vlastníte*, je slovem *doopravdy* onen předpoklad lži přímo vyjádřen. Varování *A kdykoliv to použije proti vám!*, zesílené ještě právnickým tónem, ústí v zoufalou představu *Už nikdy si před ním nebudete moci účinně stěžovat, že nemáte co na sebe*, což má znít jako zdrcující prohra ženy, situované do typicky ženské role nakupující maniačky.

V textu je nápadné časté zastoupení velice krátkých vět, mnohdy jen jmen bez přísudku: *Holicí strojek plný vousů. Chlupy na zemi a v umyvadle. Mastná špína na vaně. Kartáč obalený jeho kudrnami. Jeho kamarádi*.

### **Tematika:**

Text se zabývá problémy, kterým musí žena čelit, nastěhuje-li si muže k sobě do bytu. Cílem článku je připravit ženu na komplikace už dopředu, a ušetřit ji tak nepříjemného procitnutí z naivně malovaného snu o společné domácnosti, případně ji od podobně „pošetilých“ plánů odradit.

Muž je nazírán jako nevyzrálý (*jeho kamarádi ...a jejich vášeň drobit chipsy*), špinavý (*mastná špína na vaně*), páchnoucí (*deodorant na boty se stane nutností*), nechutný (*do smažených vajíček přimíchá plesnivý sýr, který mu upadl na podlahu*), podezření hodný (*jeho mobil vás vystaví pokušení*); žena naopak jako rozumem vyspělá, čistotná, voňavá, kultivovaná.

Všichni muži jsou nepořádní – tento stereotyp v článku nesměl být vynechán. Pokud muž položí otázku *Nevíš, kde jsou moje ponožky?*, autorka si je jistá, že *Samozřejmě že to moc dobře víte*., neboť všechny ženy si rozumí, jsou v tomto směru stejně ukázněné a o veškerých objektech v domácnosti mají dokonalý přehled. Jak jinak. A dělení rolí se táhne už generace: *... když vám úloha tatínka coby opečovávaného neschopného fotříka byla odporná už*

v dětství. Žena by k věci měla přistupovat racionálně a raději rezignovat; ona je přeci ta moudřejší: *Nikdy se nedívejte pod jeho stranu matrace. Prostě to nedělejte. Nepotřebujete přece objevit zkamenělé kapesníky a jeho ponožky rozkládající se pod postelí.*

### **Ženské prvky v textu:**

Téma problémů ve společné domácnosti nelze označit ani jako téma typicky ženské, ani mužské – věnují se mu obě skupiny. Každá ovšem ze svého pohledu, a to je zřejmě nejdůležitější rozdíl, tedy pohled na věc.

Zřejmá je emocionálnost projevu, vyplývající z celé situace.

### **4.1.3 Časopis pro moderního muže**

Identita jedince je kulturně a sociálně konstruována, to znamená, že maskulinita není něco pevně daného, ale naopak je spoluutvářena jak muži, tak ženami v závislosti na kultuře a sociálních podmínkách. Nelze tedy hovořit o konstrukci jedné maskulinity, ale o konstrukci mnoha maskulinit.<sup>58</sup> Média mají velký vliv na utváření identity jedince.

I v časopisech pro muže lze nalézt určité tematické okruhy charakteristické právě pro tuto polovinu lidské populace:

#### **4.1.3.1 Muž jako věčný pokušitel a dobrodruh**

Příkladem typicky mužského článku je text *Co se stane, když....*<sup>59</sup>, z něhož je zde uvedeno několik částí:

*Odpovědi na typicky mužské otázky, včetně „Co když dám do mikrovlnky něco, co tam nepatří?“ „Co když se ožením se sestřenicí?“ a 12 dalších!*

*V určitém věku – řekněme v sedmi letech – disponuje každý muž seznamem několika tisíc zakázaných věcí. Nesmí běhat s kudlou, nemá mluvit s plnou pusou a za žádných okolností by neměl strkat sousedova caparta do sušičky – nebo se u toho alespoň nesmí nechat chytit. Většina z nás tato pravidla dodržuje. Kdesi hluboko ale zůstala ta zvědavost:*

---

<sup>58</sup> <http://fs8brezna.ecn.cz/files/pc5.pdf>

<sup>59</sup> [http://www.mens-health.cz/clanek\\_126\\_Co-se-stane--kdyz---.html?PHPSESSID=f35f8edb133c7ad953996aaac1c6beb](http://www.mens-health.cz/clanek_126_Co-se-stane--kdyz---.html?PHPSESSID=f35f8edb133c7ad953996aaac1c6beb)

*Bylo by opravdu tak špatné, kdybych to udělal? Vážně by to mělo nějaké následky? Dost dohadů. Dali jsme dohromady největší záhady, zalistrovali moudrými knihami a vybalili na experty různých oborů otázku, která nás tak pálí. „Hele, pane moudrý, co by se stalo, kdybychom opravdu...“*

#### *1. Hodíte minci z Empire State Building*

*V ideálních podmínkách by se blížila k zemi rychlostí 338 km za hodinu. Jenže my nežijeme v perfektním světě: „Mince by rotovala jako šílená,“ píše Lou Bloomfield v knize *Jak to funguje: Fyzika každodenního života*. Dosáhla by konečné rychlosti maximálně 80 km za hodinu. Kdyby vás zasáhla do hlavy, zranila by vás, ale také byste mohl schytat facku, kdybyste to zkusil. Na druhé straně takové pero by padalo jako oštěp rychlostí 320 km za hodinu.*

#### *4. Zkazíte si život spořením pod matrací*

*Nic si nezkazíte. Budete bohatý, bude se vám dobře spát a sexy ženské se vám budou plazit u nohou jen proto, aby vám splnily jakékoli přání... Dobře, teď vážně. Řekněme, že jste bezpracně přišel k nějakým penězům a chcete je výhodně uložit. Zkuste nějaký investiční fond; to je vlastně také ukládání pod matrací. Pokud vám nabídne slušné úročení, za pár let se vám vložené peníze rozmnoží.*

#### *6. Nikdy si neostříháte vlasy.*

*Nemáte záruku, že po 3 měsících strávených na opuštěném ostrově budete vypadat jako Robinson. Každému je do vínku dána určitá délka vlasů. Všechno je v genech. Hoši ze ZZ prostě měli štěstí.*

#### *8. Strčíte prst do hlavě*

*Je to prosté: Když se kulka střetne s prstem, přijdete nejen o něj, ale i o část ruky.*

#### *9. Vaříte jídlo 15 minut za teploty 370°C místo 30 minut na 170°C*

*No jasně, dává to smysl, že? Omyl. Všechno spálíte namaděru. Pokud hledáte nejrychlejší způsob úpravy např. kuřete a přesto chcete, aby mělo chuť, rozehřejte v pánvi olivový olej, dokud nezačne kouřit, a opečte kuře 3 minuty po každé straně. Přidejte trochu bílého vína, pánev přikryjte a ztlumte hořák na polovinu. Pak vařte 8 až 10 minut. Říká se tomu dušení, pokud na ni chcete udělat dojem.*

#### 10. Při přistání nesklopite sedadlo v letadle

*Mohl byste skončit s rozpláclym obličejem. Pokud budete mít sedadlo zakloněné a budete na něm ležet, neriskujete tolik. Ale když se nebudete opírat, mohl byste sebou prudce cuknout a natáhnout si svaly, až bude letadlo přistávat. Také byste mohl dostat pokutu za neuposlechnutí pokynů posádky. Existuje nařízení, na jehož základě musíte splnit vše, oč vás posádka požádá – alespoň v zájmu letové bezpečnosti. Nemůžou vám nařídít, abyste si sundal kalhoty a trsal jako Tom Jones.*

#### ***Síň slavných skutků***

*Dodatek:*

*Co když najdu tu pravou, abych se s ní oženil? Pořádně si to rozmyslete. Jinak byste mohl skončit jako Dán Peter Christiansen, který se dvanáctkrát rozvedl.*

#### **Obecná charakteristika textu**

Text je psanou realizací promluvy určené specifickému adresátovi – čtenáři časopisu pro moderního muže, je oficiální, avšak se snahou o familiárnost. Adresát je nepřítomen, ale styl promluvy je zaměřený na konkrétní typ adresáta. Je psán formou monologu, ovšem s náznaky dialogičnosti. Obecně komunikační funkce je informovat a zároveň pobavit.

#### **Slovní zásoba a syntax:**

Slovní zásoba opět odpovídá běžné konverzaci. Je psána spisovnou češtinou, někdy jsou použity hovorové či nespisovné výrazy (*capart, vybalili otázku, hele, s rozpláclym obličejem, namaděru, mikrovlnka*).

Text obsahuje **frazémy** (*schytat facku, spoření pod matraci, budou se plazit u nohou, přišel k nějakým penězům, dána do vínku*), **metaforu** (*otázka nás pálí*) i **multiverbální spojení** (*udělat dojem*). Nenalezneme zde žádné deminutivum ani žádný jiný poetický výraz, naopak je v textu velké množství **jednotek udávajících přesnou hodnotu** (*blížila by se k zemi rychlostí 338 km za hodinu, dosáhla by konečné rychlosti maximálně 80 km za hodinu, pero by padalo rychlostí 320 km za hodinu, po 3 měsících, vaříte jídlo 15 minut za teploty 370°C místo 30 minut na 170°C, 3 minuty, 8 až 10 minut*).

Kromě jednotek text obsahuje i jiné **výrazy typické pro měření**, zkoumání, vypočítávání (*v ideálních podmínkách, mince by rotovala, experti*), dále pak výrazy z oblasti **financí**, připisovaných především mužskému zájmu (*výhodně uložit, investiční fond, ukládání, slušné zúročení, vložené peníze se rozmnoží*), což zvyšuje dojem oficiálnosti.



Některá slovní spojení se snaží o originalitu a zábavnost – např. *strkat sousedova caparta do sušičky, budete vypadat jako Robinson, ukládání pod matraci; nařídít, abyste si sundal kalhoty a trsal jako Tom Jones*.

Autor se stylizuje do role čtenářova přítele, příslušníka téže lidské poloviny, a jeho rady tím získávají na upřímnosti a důvěryhodnosti. Jako by všichni muži v jistých oblastech utvořili jakousi soudržnou partu, v rámci níž pak uplatňují své zákony a zkušenosti. Nalezneme zde výrazy jako *typicky mužské otázky, každý muž*; otázky začínající na až dětsky zvědavá slůvka **co když...** (*Co když dám do mikrovlnky něco, co tam nepatří? Co když se ožením se sestřenicí?*), které muže staví do role věčně zvědavého, podnikavého, po dobrodružství lačného **uličníka**, stejně jako otázky se slovy *bylo by opravdu* či *vážně by*. Podobný tón jako tyto otázky mají verba *nesmí, nemá, neměl by*, která muže opět staví do pozice „neposedy“, kterému musí být připomínáno, co se může, a co ne.

### **Tematika:**

Text si klade za cíl odpovědět mužům na jejich dávné otázky, potažmo jim **radí**, jak by se správně měli v určitých situacích chovat. Je zde nesmírné množství obrátů vypovídajících o mužské hravosti, nespoutanosti a zvědavosti, která *zůstala kdesi hluboko*. Jmenovány bývají konkrétní příklady: *Nesmí běhat s kudlou, nemá mluvit s plnou pusou a za žádných okolností by neměl strkat sousedova caparta do sušičky – nebo se u toho alespoň nesmí nechat chytit. ... Bylo by opravdu tak špatné, kdybych to udělal? Vážně by to mělo nějaké následky?* Po položení těchto otázek hned v úvodu autor jasně vydá přesvědčivý mocenský povel *Dost dohadů*. na známku toho, že on je ten vůdce, který zbytku „smečky“ představí řešení.

Autor čtenáře **vyprovokuje ke slastné představě** a poté opět **vysloví nekompromisní pravdu**: *Budete bohatý, bude se vám dobře spát a sexy ženské se vám budou plazit u nohou jen proto, aby vám splnily jakékoli přání... Dobře, teď vážně*.

Odstavec týkající se typicky mužského problému – vypadávání vlasů – dále posiluje mužův pocit sounáležitosti s textem. Jistě nejednoho z nich tento problém buď již trápí, nebo zatím ještě ráno rozpačitě prohlíží svou kštici v zrcadle a očekává osudný den, kdy zpozoruje první náznak řídnutí. Spojení *hoši ze ZZ* (tedy členové hudební skupiny složené z dlouhovlasých zpěváků) *prostě měli štěstí* vzbuzuje pocit neformálnosti a přátelství mezi autorem a čtenářem, který je „v obraze“, hovoří-li se o tak známé skupině.

Muž jako uličník nebo věčný **porušovatel pravidel** je v článku představován na mnoha místech: *strčíte prst do hlavně, při přistání nesklopíte sedadlo v letadle, mohl dostat pokutu za neuposlechnutí pokynů posádky*, a vlastně celý článek je nesen v tomto duchu.

Muž je vnímán jako ten, kdo racionálně pracuje s fyzikálními a matematickými zákony, ale svět mu připravuje nástrahy, ve kterých tato obecně platná pravidla neplatí a svět tím muže vlastně ohrožuje. Musí být proto ostražitý a počítat s tím. Tato úskalí na něj čekají na nebezpečných a pro ně atypických místech, jako je např. kuchyň: *Varíte jídlo 15 minut za teploty 370°C místo 30 minut na 170°C. No jasně, dává to smysl, že? Omyl.* Je přirozené, že chytrý muž si spočítá přímou úměru mezi teplotou a časem, ovšem jak už bylo naznačeno, v kuchyni je muž „vržen do nepochopitelného světa nelogických zákonů“. Autor dále pokračuje pokusem o vtip: *Pokud hledáte nejrychlejší způsob úpravy např. kuřete a přesto chcete, aby mělo chuť...* Je známo, že muž se soustředí na úkol – v tomto případě na ohřev – a chuť je až věc druhotná – na tu už muži bohužel nezbývá při soustředění místo (aspoň tak zní ona často zmiňovaná výmluva). Věta *Říká se tomu dušení, pokud na ni chcete udělat dojem.* staví muže do role amatéra ve vaření – to je ženská záležitost a muž se k tomu donutí jen tehdy, chce-li udělat dojem.

Nebyl by to článek pro muže, kdyby v něm chyběla poznámka o vdavekchtivých ženách a mužskému **odporu k ženění**. I přes velký pokrok ve věci realizace žen stále přetrvávají předsudky o tom, že žena je ta, co se snaží muže dovést k oltáři, a muž by se měl bránit co nejdéle. Nejinak je tomu i zde: *Co když najdu tu pravou, abych se s ní oženil? Pořádně si to rozmyslete. Jinak byste mohl skončit jako Dán Peter Christiansen, který se dvanáctkrát rozvedl.*

### **Mužské prvky v textu:**

Mužské prvky vyplývají už z předchozích částí. Z hlediska slovní zásoby je výrazným indikátorem mužské orientace časté užití fyzikálních jednotek a výrazů z oblasti měření a financí, udávajících přesnou míru. Co se týče tematiky, muž je vnímán jako dobrodružný, nespoutaný, racionálně uvažující věčný mladík.

#### **4.1.3.2 Boj muže se ženou**

Stejně jako je v ženských časopisech věnován velký prostor řešení problémů spojených se soužitím s muži, je v mužských časopisech oblíbené téma problémů při soužití se ženami. Jako příklad slouží článek ***Kdo vám žere prachy*** z časopisu *Esquire*:

*Zvládnete žít sám, nebo potřebujete společnost? Než se rozhodnete, vezměte si kalkulačku a spočítejte, na kolik vás přijde takový družný týden.*

#### *Kojenec*

- \* *Podělal pleny: 250 Kč*
- \* *Shodil holicí strojek: 1200 Kč*
- \* *Rozbil talíř s jídlem: 40 Kč + 80 Kč*
- \* *Amortizace kočárku: cca 150 Kč*
- \* *Rozkousal dva pornočasopisy a jedno přepálené porno DVD: 39 Kč + 59 Kč + 19 Kč*
- \* *Celkem: 1837 Kč + počáteční investice do kočárku a kojeneckých potřeb cca 30 000 Kč*

#### *Pes*

- \* *Rozkousal boty: 2789 Kč*
- \* *Veterinář: 540 Kč*
- \* *Pokuta za neplacení poplatků: 40 Kč*
- \* *Gumová pískací slepice: 120 Kč*
- \* *Celkem: 3739 Kč*

#### *Přítelkyně*

- \* *Kino + kytky: 350 Kč*
- \* *Večeře: 300 Kč*
- \* *Odvozy vlastním autem včetně paliva a amortizace: cca 300 Kč*
- \* *Ušlý zisk v důsledku neplodných debat: 2500 Kč*
- \* *Celkem: 3850 Kč*

*P. S.: Pokud máte doma současně ženu a kojence (což je celkem obvyklé), sečtěte položky 1 a 2 a vynásobte koeficientem 2,8.<sup>60</sup>*

### **Obecná charakteristika textu:**

Text má charakter bodového souboru, ale stále se jedná o psanou realizaci promluvy určené specifickému adresátovi – čtenáři časopisu pro moderního muže. Text je shrnutím problémů spojených se společným bydlením muže a ženy, uspořádaných do několika bodů.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Text se skládá ze dvou úvodních vět, dále výčtu položek seřazených do tří skupin – kojeneček, pes, přítelkyně – a dodatku uvozeného označením P.S. Na první pohled je výrazná stručnost. Máme zde vedle sebe vyjádření jednak slovní, jednak číselné, uvádějící cenu konkrétního produktu. Mimo číslice a písmena se objevuje ještě znak +, a to i pro slučovací poměr mezi slovy.

Na první pohled je zřejmá stručnost a přehlednost. Text je vlastně pouhým seznamem výdajů „průměrného“ muže, který by se rozhodl pro společný život s ženou, dítětem či (a) psem.

Navzdory prvotnímu dojmu vysokého stupně formálnosti čtenář brzy zjistí, že text je psán v jakémsi uvolněném duchu: ve spojení (*kojenec*) *podělal pleny* rozhodně nejde o oficiálnost. Další užitý hrubší výraz je *žere prachy*.

---

<sup>60</sup> <http://www.super.cz/moc-a-penize/13404-kdo-vam-zere-prachy.html>

## Tematika:

Text se zabývá finančními „riziky“ přicházejícími spolu s rozhodnutím, že muž k sobě do svého života přizve další bytost. Značná uvolněnost textu se neprojevuje ani tak ve slovní zásobě či syntaxi, jako v obsahu. Už v první větě je čtenář seznámen s podmínkou, že rady se budou týkat mužů dosud nespoutaných a nezávislých, kteří žijí sami ve vlastní domácnosti. Pro takového muže jako by bylo samozřejmostí, že vlastní nějaké pornodokumenty, ať už časopisy, nebo DVD – které tím, že je přepálené, vlastně značí, že jej využívá přinejmenším jeden mužův kamarád. Je to tedy věc u mužů zcela běžná.

Text je veden jakýmsi hlavním mottem: buďte sobec, všichni potenciální společníci v domácnosti jsou jen dalším zdrojem výdajů.

V textu je nepřímě vyjádřeno, že muž, onen konvencemi a pravidly nespoutaný hrdina, se nebude starat o něco takového, jako je placení poplatků za psa. Je proto už předem jasné, že nakonec bude muset dopláacet pokutu.

V odstavci věnovaném výdajům za vztah se ženou je jmenováno několik typických zvyků užívaných při námluvách: muž se snaží na ženu zapůsobit květinou, pozváním do kina, večeří a zajištěním odvozu domů. Nejasné je, jak dlouho by muž tyto praktiky uplatňoval. Podle zaměření celého článku lze délku časového úseku předpokládat jako nikterak závratnou. O tom, že hlubší porozumění mezi oběma partnery je věc téměř vyloučená, svědčí další položka – *Ušlý zisk v důsledku neplodných debat*. Mimochodem, částka obětovaná za tuto položku je nejvyšší.

Jak bylo už v úvodu práce zmíněno, muži se v komunikaci zaměřují na výsledek, a tento článek o tom jen svědčí. Hned ve druhé větě lze vysledovat snahu o vyhovění mužskému požadavku na přesnost – aby byl výpočet přesný, muž je vyzván, aby si připravil *kalkulačku*. V závěrečném dodatku je v matematickém duchu přiloženo doplnění extrémního případu, tedy muž nejen se ženou či kojencem, ale dokonce s oběma naráz. Věta zní, jako by byla vytržena z učebnice matematiky a byly by jen zaměněny některé jednotky: *Pokud máte doma současně ženu a kojence (což je celkem obvyklé), sečtěte položky 1 a 2 a vynásobte koeficientem 2,8*.

V celém textu nalezneme pouze čtyři slovesné věty (*Zvládnete žít sám, nebo potřebujete společnost? Než se rozhodnete, vezměte si kalkulačku a spočítejte, na kolik vás přijde takový druhý týden. Rozkousal dva pornočasopisy a jedno přepálené porno DVD. Pokud máte doma současně ženu a kojence (což je celkem obvyklé), sečtěte položky 1 a 2 a vynásobte koeficientem 2,8*), ostatní větné elementy jsou pouhá slovní spojení či čísla.

Zajímavé je pořadí, v jakém jsou jednotlivé zdroje výdajů řazeny: nejlevněji pro muže vychází dítě (nepočítáme-li *počáteční investice do kočárku a kojeneckých potřeb*), následované psem a jako finančně nejnáročnější je jasně shledána žena.

### **Mužské prvky v textu:**

Prvek připisovaný obvykle mužům je stručnost a přehlednost. Text je jasný, nezabere běžnému čtenáři více než pár minut a každému jsou okamžitě jasná pravidla výstavby. Recipient se v textu pohotově orientuje. Produktorovi nejde o formu s estetickou funkcí, ale o obsah s funkcí informativní. Nesnaží se v recipientovi vyvolat hlubší prožitek ze čtení, ale především informovat, díky mírné nadsázce snad i trochu pobavit.

Jako prostředek pro posílení dojmu stručnosti slouží již zmiňované matematické znaky.

Téma svobody muže jako by se táhlo historií odpradávná. Je-li muž nezadaný, je vnímán jako svobodný, bezstarostný, šťastný; je-li však ženatý, krásné časy mu navždy končí. Až do smrti bude mít neustále za zády protivnou, věčně nespokojenou příslušnici druhého pohlaví. Zajímavé je, že ve světě žen je manželství (partnerství) nahlíženo naopak jako dosažení životního cíle a rovnováhy.

#### **4.1.3.3 Muž jako pán tvorstva, žena jako „věc“**

Muž je v časopisech nahlížen jako panovník v domácnosti, žena jen jako jeden z jeho podřízených pomocníků – podobně jako domácí spotřebiče, zvíř, dopravní prostředek apod. Příkladem takového pohledu je několik bodů článku z oblíbeného časopisu *Esquire*, ve kterém se silně projevuje mužský šovinismus.

#### **10 rad: Jak zacházet se ženou**

*Pokud se už rozhodnete pořídít si ženu, nenechte se ožebračit jako miliony dalších mužů.*

*Návod na její obsluhu je poměrně jednoduchý...*

*Pořídí-li si člověk auto, dvousložkové lepidlo nebo živou hračku ze Zverimexu, přečte si někde nějaký manuál nebo návod, co s tím, a dozví se, co má dělat, aby mu to jelo, lepilo nebo nechcíplo. Ke všemu na světě se takový návod dá sehnat, k ženě se - až na pár nepoužitelných hospodských vtipů - nedává. Klesající sňatečnost a hrozivě stoupající rozvodovost (podle Statistické ročenky ČR 51 829 sňatků a 60,4 rozvodu na 100 sňatků v r. 2005 proti 98 084*

sňatkům 25,5 rozvodu na 100 sňatků v r. 1974) dokazují, jak obtížný je to úkol, zejména v moderní společnosti s feministickými zákonnými výdobytky, kde chlap je policejně vyveden z domova již při pouhém ženině (předstíraném) strachu, že jí jednu vlepí (viz Zákon o domácím násilí).

Důsledně uplatňovanou strategií: „Chceš sex? A co za to?“ A odmítáním toho, co by muž nejraději - příležitostného sexu. „Napřed se, holenku, zavážeš na celý život a pak ti teprve dám.“ Ženy, které takto nepostupovaly a svou hlavní komoditu - sex - dávaly pod cenou – a tou je a bylo získání dlouhodobého ochránce a starače, se dostaly do evoluční nevýhody a jejich potomkyně se prakticky do dnešní doby nedochovaly. My muži jsme pak potomci oněch pradobráků a prapitomců, kteří celou tu ženskou návnadu spolkli. Rodiny frajerů, kteří suše odsekli „Mně je úplně jedno, jestli ti je zima a děti mají hlad“, se proti evolučnímu tlaku neprosazovaly.

Ve světle takto načrtnuté ženské hierarchie hodnot se pak můžeme pokusit o několik jednoduchých rad, jak ženě zaimponovat, potažmo pak s ní vyjít.

\* Zasypat ji penězi v jakémkoli skupenství – od hotovosti po brilianty, od šekových knížek po nemovitosti (90 % všeho zboží v krámech je pro ženy). Kdo peníze nemá, ten ať vzbuzuje dojem (falešnými sliby, velkopanským vystupováním), že je ošukatelny, a možná se mu podaří ženu získat v následné hře na kočku s myší (takto svedená žena se pak bude cítit podvedena, prožité orgasmy nebudou hrát žádnou polehčující roli).

\* Uvázat se k dlouhodobému vztahu, nebo to předstírat. Muž, z jehož chování může žena vyčíst dlouhodobou zavazatelnost, má větší naději na úspěch, než když bude od začátku dávat najevo svou neochotu k dlouhodobému svazku. Žena samozřejmě ví, že muž nejvíce baží po náhodném, nezávazném sexu. To na něj zabere vždycky, to je její nejvyšší trumf. Svou koketerií, pomocí které chce ulovit svého ošukatelného, pumpovatelného a zneužitelného hejla, předstírá dostupnost nahodilého a nezávazného sexu, přesný opak má však v plánu. Víme všichni, že z těchto koket nikdy nic nevzejde. A tak on předstírá zavázanost, kterou za nic na světě dát nechce (mnohdy ani nemůže, neboť je již zavázán někde jinde), a ona si hraje na snadno dostupnou, přesvědčena ovšem, že mu dá až poté, co ho dovleče k oltáři. Zmíněná hra na kočku a myš zde dosahuje nejvyšší rafinovanosti a jen těm největším znalcům ženských strategií se podaří z ní vyváznout bez katastrofálních následků.

\* Tolerovat úplně všechny nesmysly a chápat (alespoň předstíraně) jejich „důležitost“. Mužova oblbnutelnost je pro ženu cennou akvizicí, s níž si už poradí. V průběhu evoluce se ženám vyplácelo hrát si na ukřivděné chudinky. Přiměly tím své ochránce k vyšším obrátkám.

*Jejich potomkyně dnešní doby jsou proto často uštvané, trpí nedostatkem, mají návaly nevolnosti a záchvaty slabosti - pokud ovšem je v blízkosti příslušný muž, na něhož to zkoušejí. Chlapovi by to samozřejmě neprošlo - kdyby si někde stěžoval, že má dnes migrénu a musí si jít domů lehnout, přišel by o zaměstnání, stejně jako by přišel o kamarády, kdyby na výletě držkoval, že prší. Ženám takové chování prochází a vyplácí se.*

*\* Při rozchodu či rozvodu neustoupit v majetkovém vypořádání ani o píd'. V dnešním pokřiveném a proti mužům předpojatém soudnictví budou děti s největší pravděpodobností svěřeny manželce, i kdyby je odváděla od slušného milujícího otce k zfetovanému alkoholikovi. Dobrák chlap má pak tendenci přenechat jí vše, co postavil a vydřel. Chlap si přitom bláhově myslí, že za jeho velkorysost se mu žena odmění umožněním bezproblémového přístupu k dětem. Letmý pohled do osudů našich přátel nás však přesvědčí o opaku.<sup>61</sup>*

### **Obecná charakteristika textu:**

Text je psanou realizací promluvy určené specifickému adresátovi – čtenáři časopisu pro moderního muže. Adresát je nepřítomen, ale styl promluvy je zaměřený na konkrétní typ adresáta. Je psán formou monologu, ovšem s náznaky dialogičnosti. Text je oficiální, snaží se ovšem o familiárnost.

Po úvodu následují rady rozdělené do několika bodů.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Slovní zásoba odpovídá slovní zásobě běžné konverzace. Je psána spisovnou češtinou, někdy jsou použity hovorové výrazy (*jednu vlepí, držkovat, dovleče k oltáři, chlap, oškubatelný, oblbnutelnost, v krámech*). V textu se vyskytuje několik „sofistikovaných“ výrazů, ale v daném kontextu je čtenáři jejich význam jasný (*komodita, akvizice*) a několik výrazů vytvořených (především odvozování) samotným autorem (*starač, pradobrák, prapitomec*). Odvozování je zde využíváno hojně (*ošukbatelný, zavazatelnost, pumpovatelný, oblbnutelnost*).

V textu se vyskytují **frazémy** (*jednu jí vlepí, zavážeš se na celý život, dávaly pod cenou, spolkli návnadu, dovleče k oltáři, přiměly k vyšším obrátkám*), **hyperboly** (*nenechte se ožebračit, zasypat ji penězi, 90 % všeho zboží v krámech je pro ženy, bez katastrofálních následků*) a **multiverbální spojení** (*vzbuzuje dojem*).

---

<sup>61</sup> <http://www.super.cz/sex/13231-10-rad-jak-zachazet-se-zenou.html>

Autor vedle sebe staví běžnou mluvu značící neoficiálnost (*přečte si někde nějaký manuál nebo návod, co s tím; jednu jí vlepí, pak ti teprve dám, to na něj zabere; chce ulovit svého oškubatelného, pumpovatelného a zneužitelného hejla; dovleče k oltáři, držkoval*) s **jazykem oficiálním**, např. ve výňatku ze statistické zprávy: *Klesající sňatečnost a hrozivě stoupající rozvodovost (podle Statistické ročenky ČR 51 829 sňatků a 60,4 rozvodu na 100 sňatků v r. 2005 proti 98 084 sňatkům 25,5 rozvodu na 100 sňatků v r. 1974)*, či odkazu na zákoník: *viz Zákon o domácím násilí*; dále v přesném čísle vyjadřujícím procentuální zastoupení: *90 % všeho zboží v krámech je pro ženy*; používá formální výrazy a oficiální obraty: *dosahuje nejvyšší rafinovanosti, největším znalcům ženských strategií, soudnictví, děti budou svěřeny manželce, dostaly do evoluční nevýhody a jejich potomkyně se prakticky do dnešní doby nedochovaly*, což slouží k vytvoření dojmu důvěryhodnosti článku.

Autor má zálibu v adjektivech či adverbiích vyjadřujících míru: *k vyšším obrátkám, poměrně jednoduchý, důsledně uplatňovanou, s největší pravděpodobností*, pomocí nichž text dále získává na důvěryhodnosti.

Velice zřetelné jsou všemožné „**absolutní**“ **výrazy**: *ke všemu na světě, na celý život, celou návnadu, úplně jedno, 90% všeho zboží, nejvíce baží, to zabere vždycky, její nejvyšší trumf, víme všichni, nikdy nic nevzejde, za nic na světě, nejvyšší rafinovanosti, největším znalcům, úplně všechny nesmysly, s největší pravděpodobností, přenechat jí vše*. Tato slova slouží k bezpochybnému přesvědčení o významnosti rad a čtenáře po chvíli registrování takřka odzbrojí. Čtenář se postupně zalekává, až dojde k závěru, že celá věc je skutečně vážná a je nutno zahájit protiútok.

Zajímavé jsou výrazy pro **označení muže a ženy**. Žena je po celou dobu pojmenovávána neutrálně – výrazem *žena*, naproti tomu o muži se hovoří jako o *muži, chlapovi, ochránci, starači, potomkovi pradobráků a prapitomců; oškubatelném, pumpovatelném a zneužitelném hejlu; slušném milujícím otci, dobráku chlapovi*. Muž v sobě skrývá mnoho různých tváří a funkcí, které stojí za to připomenout. Naopak hovoří-li se o ženě, stačí vyslovit jen to jednoduché slůvko o čtyřech písmenech a ve vyjádření je obsaženo vše – jedná se prostě o *ženu* se všemi jejími typickými přívlastky.

Žena je „objekt“ nacházející se v mužově okolí, stejně jako mnoho jiných věcí. V úvodu se dokonce píše: *Pořídí-li si člověk auto, dvousložkové lepidlo nebo živou hračku ze Zverimexu, přečte si někde nějaký manuál nebo návod, co s tím a dozví se, co má dělat, aby mu to jelo, lepilo nebo nechcíplo. Ke všemu na světě se takový návod dá sehnat, k ženě se - až na pár nepoužitelných hospodských vtipů - nedává.*, podobně jako *návod na její obsluhu*. Z projevu je zřejmé, že žena už nespadá do okruhu jedinců označovaných souhrnným termínem *člověk*.



Žena je jen jedním z dalších předmětů spadajících do hmotné sféry, *člověkem* však už asi nikoliv.

### **Tematika:**

Muž je od začátku veden k tomu, aby ve vztahu s ženou uplatňoval všemožné nekalé praktiky. Žena je nazírána jako nevypočitatelná nebezpečná intrikánka, která muži dokáže „pěkně zavařit“ (např. prostřednictvím *ženina (předstíraného) strachu*), pokud on nezná správné obranné metody.

Nejnebezpečnější ženskou metodou je podle článku sex. Pomocí něj dokáže žena realizovat své požadavky (*strategií: „Chceš sex? A co za to?“ a odmítáním toho, co by muž nejraději – příležitostného sexu. „Napřed se, holenku, zavážeš na celý život a pak ti teprve dám.“* ).

Žena je odvěká snovačka nekalých plánů (*V průběhu evoluce se ženám vyplácelo hrát si na ukřivděné chudinky.; pokud je v blízkosti příslušný muž, na něhož to zkoušejí*) a nemilosrdná usurpátorka (*Dobrák chlap má pak tendenci přenechat jí vše, co postavil a vydřel. Chlap si přitom bláhově myslí, že za jeho velkorysost se mu žena odmění umožněním bezproblémového přístupu k dětem. Letmý pohled do osudů našich přátel nás však přesvědčí o opaku.*). Muž se musí smířit s tím, že společenská organizace je proti němu (*v dnešním pokřiveném a proti mužům předpojatém soudnictví*).

Funkčnost a vůbec existence společné domácnosti je podle celkového vyznění článku zásluhou pouze muže, žena na celé věci nemá podíl (*Dobrák chlap má pak tendenci přenechat jí vše, co postavil a vydřel.*). Žena je naopak záhadná příslušnice toho „nepochopitelného“ druhého pohlaví, jehož zvykům muž nikdy neporozumí; zbývá mu jen se s tím smířit a jednat podle toho: *Tolerovat úplně všechny nesmysly a chápat (alespoň předstíraně) jejich „důležitost“*.

Muži mají navíc tu nevýhodu, že jejich svět je sám o sobě těžší, a muži musí i před svými „kolegy“ neustále dokazovat svou chlapeckost a nepolevit: *Přišel by o zaměstnání, stejně jako by přišel o kamarády, kdyby na výletě držkoval, že prší*. Pro ženy je takováto taktika naopak prostředkem pro dosažení cíle: *Ženám takové chování prochází a vyplácí se*.

Pokud muž k věci přistupuje obezřetně, pomocí snadných triků dokáže ženu obelstít. Žena má sice své metody, ale na mužskou důmyslnost si nepřijde. Žena bude vždy až ta druhá po muži: *Návod na její obsluhu je poměrně jednoduchý..., stačí jen několik jednoduchých rad*.

Nevěra je u mužů znovu vnímána jako věc zcela běžná: *A tak on předstírá zavázanost, kterou za nic na světě dát nechce (mnohdy ani nemůže, neboť je již zavázán někde jinde)*.

### **Mužské prvky v textu:**

Text je psán jako jakási příručka dodávaná při pořízení ženy, stejně jako zákazník dostává návod k použití k mnoha jiným druhům zboží, které si zakoupí. U žen tento způsob vnímání druhého jedince není obvyklý.

Významným prostředkem je jistá oficiálnost textu, ujišťující čtenáře, že se nejedná o žádný blud vymyšlený někým nedůvěryhodným; naopak autorem má být jedinec zcela znalý a spolehlivý.

## 4.2 Reklama

Specifickým druhem textu je reklama. Reklamou se zabývá článek opět z časopisu Feministické skupiny 8. března, věnující se konkrétně reklamě na přípravek proti páchnutí nohou – *Reklama z pohledu gender: Kontrola zápachu nebo svěží krok?*<sup>62</sup>

Nepodepsaná autorka v článku tvrdí, že se tato reklama skládá ze dvou verzí, mužské a ženské. Na reklamě se sprejem pro muže je zobrazen starší pár. Zobrazení muže a ženy je celkem rovnocenné (nikdo není sexuálním objektem). Obvykle je to muž, kdo je nositelem špatných vlastností. Muži na reklamě nejenže páchnou nohy, ale také chrápe, chodí s kamarády na pivo a na fotbal.

Druhá verze – ženská – podle autorky tuto nerovnost zdánlivě nabourává. Je na ní vyfocen mladý pár, ale tentokrát páchnou nohy ženě. Samotný výrobek je vyroben v jedné verzi pro muže a v druhé pro ženy. Pro muže je v modrém balení, pro ženy v růžovém – tedy barvy, které jsou jednotlivým pohlavím připisovány už od narození. Na modrém spreji je obrázek tenisky, na růžovém střevíce – lodičky. Ženy dnes už nosí i tenisky, *mohou si tedy koupit i modrý sprej*. Obrácený postup ovšem už neplatí. Toto je další případ pronikání žen do mužského světa; mužům je naopak ženský svět často zapovězen. V mužské a ženské verzi se také liší název výrobku, pro muže je to Odour Control (kontrola zápachu), pro ženy Fresh Step (svěží krok). Odlišný je i vysvětlující text. Muži zde najdou nabádání typu *ať je ten zápach pryč, ...eliminuje nepříjemný pach vašich nohou a bot*. Pro ženy je to ukryto pod něžnými až dětskými slovy: *milovat celičkou..., ochrání Vaše nohy příjemnou svěží vůní, se svěžestí dětského pudru*. Ženy jako by byly bezbranné a potřebovaly pomoc, ovšem musí se jim nabídnout velice jemně.<sup>63</sup>

Z nesčetného množství příkladů můžeme zmínit dva zástupce – jeden pro muže, jeden pro ženy:

Reklama určená **pro muže** – *Deodorant na nohy a boty*:

*Poskytuje ochranu při plísňových a bakteriálních zárodcích i zápachu, kterému nedovolí ani vzniknout.*

*Jak používat: na nohy: jednou denně nastříkat chodidla a prsty a lehkými pohyby roztírat až dosucha. Osvobozuje od obtěžujícího zápachu nohou.*<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> [http://fs8brezna.ecn.cz/files/PC4\(web\).pdf](http://fs8brezna.ecn.cz/files/PC4(web).pdf)

<sup>63</sup> Tamtéž.

<sup>64</sup> <http://www.online-prodej.cz/zdravi/deodorant-na-nohy-a-boty/>

Mužská verze je praktická, stručná a jasná: v úvodu krátce vysvětlí, jakým způsobem přípravek pracuje (*nedovolí ani vzniknout díky ochraně proti plísňovým a bakteriálním zárodkům*), poté následuje jasný „návod k použití“ a výsledek.

Reklama určená **pro ženy** – *Osvěžující sprej na nohy*:

*Sprej na nohy s chladivým, deodoračním a antibakteriálním účinkem. Udrží nohy svěží a suché po celý den.*<sup>65</sup>

V ženské verzi jakékoli bližší objasnění toho, jakým způsobem je kýženého výsledku dosaženo, chybí. Reklama má za úkol ženu pouze nalákat na příjemný pocit, který na ni čeká po použití přípravku. Není ani zmínka o nějakém nepříjemném zápachu či pocení; je jen popsáno, jaké budou nohy po použití spreje. Tím v ženě není vyvolán nepříjemný pocit, kdy si uvědomí, že její nohy vlastně páchnou; myslí pouze na to, že její nožky budou *svěží a suché po celý den*.

---

<sup>65</sup> <http://www.svet-oriflame.cz/obchod/search/prodej/1711>

### 4.3 Knižní publikace

Vedle časopiseckých periodik determinovaných pohlavím adresáta existují knižní publikace se stejným zaměřením. Jako příklad mužské slouží *Rodokaps*, jako příklad ženské tzv. *Harlequinky*. Z obou z nich jsem vybrala kratší úryvek.

#### 4.3.1 „*Harlequinky*“

*„Všichni muži jsou bahnem společnosti,“ řekla její nedávno patnáctiletá sestřenka ve snaze vypadat důležitě a světažnale. A Sky začínala mít dojem, že to dítě má pravdu. Všichni, až na Joshe, doplnila automaticky, zatímco se mračila na dveře. Ale Josh byl mrtvý. Josh nebyl bahnem společnosti. Josh byl báječný. Sdíleli společně manželství, malinký byt, útulné lůžko, jen velmi málo peněz a hojnost snů.*

*Rozhlédla se. Ložnice, která patřila té... ehm... sestře, se skvěla nádherou. Vypadala jako ten typ, který vídáte v nákladných časopisech na křídovém papíře. Pokoji dominovalo ohromné lůžko s nebesy. Ložní prádlo bylo krajkové a bílé. Nábytek – samá starožitnost. Blýskal se dobrou péčí a spoustou leštidla.*

*Koupelna ji přivítala přepychovou oslnivou vanou na drápovité stojce a lesklými bílými dlaždičkami. Ze zavěšeného květináče spadla ohromná a bujná kapradina. Vypadala tak dokonale, že se jí musela dotknout, aby se ujistila, že je skutečná a ne umělá. Byla opravdová. Prohlídka zásuvek odhalila stohy froté ručníků ve světle nefritové zelené, něžné růžové a bílé. Toaletky oplývaly nákladnými mýdly, koupelnovou pěnou, šampony, talkovým práškem a pleťovými vodami.<sup>66</sup>*

[...]

*Při pohledu do jeho očí jí poskočilo srdce. „Ach, já vím, určitě bude!“ Nemohla už hlas udržet v obchodním strohém tónu. Prostě příliš jí to vzrušovalo.*

*Kéž by už otevřel ty dveře, ale Chase tam jen stál a díval se na ni zeleným pohledem, jenž ji divoce rozvířoval krev. Vztáhl ruku a zlehka se jí dotkl tváře.*

*„Kdybych tak už dnes mohl být s tebou na ostrově. Vedle pláže je tam takové zvláštní místo, skryté a...velice romantické.“ Sklonil se k ní. „Takhle...bych tě políbil.“ Vzal její tvář do dlaní a políbil ji. Něžně, smyslně, že rozechvěl každíčkou buňku jejího těla. „A potom bych tě hodně pevně obejmul.“ Jeho hlas měl hebké hypnotické zabarvení, a když ji k sobě přitiskl,*

<sup>66</sup> Zee, Karen van der: *Zajetí v ráji*. Praha: Harlequin Publisher, 1997, s. 33-34.

*jakoby ji nechtěl pustit, jako by si její tvar chtěl vtisknout do těla, poddala se mu. Všechny její smysly odpovídaly na mužnou sílu, kterou vnímala na svém těle. Jako by se jí krev v žilách rozezpívala.*<sup>67</sup>

### **Obecná charakteristika textu**

Text je psán ve vyprávěcím slohovém postupu, pro který je příznačné podávání děje, událostí a příběhů jako skutků jedinečných v jejich časovém průběhu. Vyznačuje se snahou o zajímavost, a to se odráží v rozmanitosti a pestrosti vyjadřování.<sup>68</sup> Forma projevu odpovídá uměleckému funkčnímu stylu. Z hlediska příslušnosti k žánru vykazuje text (vedle vyprávění) znaky líčení (subjektivního lyrického popisu).

Text je určen specifickému adresátovi – čtenářce děl řadících se do tzv. červené knihovny. Text je oficiální, avšak se snahou o familiárnost. Je psán formou monologu. Obecně komunikační funkce je pobavit.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Slovní zásoba odpovídá slovní zásobě uměleckého textu. Umělecký styl využívá všech útvarů a různých prostředků národního jazyka<sup>69</sup>.

Jazyk je velmi bohatý, používá mnoho adjektiv (*v nákladných časopisech na křídovém papíře, přepychová oslnivá vanou na dráповité stojce a lesklými bílými dlaždičkami, ohromná a bujná kapradina, světle nefritová zelená, nákladná mýdla, talkový prášek, hebké hypnotické zabarvení...*).

V textu je užito **metafory** a **personifikace** (*jsou bahnem společnosti, koupelna ji přivítala, prohlídka zásuvek odhalila, srdce poskočilo, pohled rozvířoval krev, krev se rozezpívala, zeleným pohledem*), nechybí ani **deminutiva** (*malinký, lůžko, toaletky*).

Autorka užívá básnických spojení (*hojnost snů, skvěla se nádherou, blýskal se dobrou péčí*) a romantických klišé (*lůžko s nebesy*). Opět v textu shledáme sklon k přehánění prostřednictvím **hyperbol** (*všichni muži, ohromné lůžko, ohromná kapradina, rozechvěl každíčkou buňku, se spoustou leštidla*).

Věta *Blýskal se dobrou péčí a spoustou leštidla.*, která spojuje „živou“ lidskou péči s umělým leštidlem, může znít poněkud strojeně. Ani spojení *prohlídka zásuvek* nezní

<sup>67</sup> Zee, Karen van der: *Zajetí v ráji*. Praha: Harlequin Publisher, 1997, s. 85.

<sup>68</sup> Čechová, M. a kol.: *Čeština – řeč a jazyk*. Praha: ISV, 2000, s. 378.

<sup>69</sup> Tamtéž, s. 380.

přesvědčivě. Výraz *prohlídka* vkládáme obvykle do spojení jako *prohlídka města, prohlídka zámku* apod., ale to, že hrdinka nahlédla do zásuvky, se běžně *prohlídkou* ještě nenazývá.

Úryvek je plný výrazů přibližujících čtenáře (obvykle kladný) dojem z hrdinčina vnímání, vyjádřeného prostřednictvím adjektiv a adverbíí (*útulné lůžko, něžné růžové, divoce rozvířoval, zlehka se jí dotkl, něžně, smyslně, hodně pevně obejmul*).

V textu nalezneme dvě **věty přací**, sloužící k posílení emotivnosti projevu: *Kéž by už otevřel ty dveře...*, a *Kdybych tak už dnes mohl být s tebou na ostrově*. Čtenářka jakoby prožívá skličující touhu po lásce s hrdinkou. Podobně slouží věta „*Takhle...bych tě políbil*.“ – úmyslná pomlka po adverbium *takhle* dává čtenáře prostor pro zapojení vlastní fantazie, kdy si sama vysní moment osudného polibku a prožije tak celou situaci s hrdinkou. Políbeny jsou pak tedy vlastně *obě* – přinejmenším ve čtenářčině mysli.

Stejnou funkci – tedy zvýšení emotivnosti – má interjekce *ach* ve větě *Ach, já vím, určitě bude!*

Syntaktické konstrukce jsou různorodé – od složitějších souvětí (*Jeho hlas měl hebké hypnotické zabarvení, a když ji k sobě přitiskl, jakoby ji nechtěl pustit, jako by si její tvar chtěl vtisknout do těla, poddala se mu.*) po věty holé (*Josh byl mrtvý.*) či věty složené jen z přísudku s podmětem nevyjádřeným (*Rozhlédla se.*). Zajímavé je jakési přerušení věty ironickým *ehm* (*Ložnice, která patřila té... ehm... sestře, se skvěla nádherou.*).

Tři krátké věty po sobě následující (*Ale Josh byl mrtvý. Josh nebyl bahnem společnosti. Josh byl báječný.*) vyjadřují sled myšlenek hrdinky přesně tak, jak jdou za sebou. Mezi nimi je zřejmá gradace – nejprve smutné uvědomění, že *Josh byl* bohužel *mrtvý*, poté výsledek rychlého posudku (*Josh nebyl bahnem společnosti.*) a nakonec finální hodnocení, že *Josh byl báječný*. Použití substantiva *Josh* zde vytváří anaforické vazby.

### **Tematika:**

Úryvek popisuje pocity ženy, a to jednak při prohlídce obydlí, jednak při vzrušujícím setkání s mužem. Text je uveden vzpomínkou na zesnulou lásku.

Celá ukázka je projevem ženského vnímání světa – trochu naivního, trochu provokativního, ale v každém případě postaveného na otevřeném zprostředkování vlastních pocitů.

Úvodní věta (*Všichni muži jsou bahnem společnosti.*), pronesená mladou, ještě nezkušenou dívkou – *dítětem*, je negována větou *Všichni, až na Joshe.*, která odpovídá sklonu nalhávat si a věřit svým snům. Jistě že výraz *všichni* nemůže postihnout skutečně každého z mužů, natož aby jen jeden jediný, výjimečný vybočoval. *Josh* je hrdinkou silně emotivně popsán jako

*báječný*; jako osoba, s níž hrdince ke štěstí skromně stačil pouze *malinký byt, útulné lůžko, jen velmi málo peněz a hojnost snů*.

V části věnované popisu místností je patrný zájem o detail. Hrdinka nejenže pohotově určí, že nábytek je *samá starožitnost*, ale neunikne ji ani *spousta leštidla*, která musela být pro *dobrou péči* použita. Také popis koupelny je podrobný, stejně jako popis hlasu s *hebkým hypnotickým zabarvením*.

Jasným signálem toho, že osobou, která líčí své dojmy z prohlídky, bude žena, je oblast, které věnuje značnou pozornost, a to *prádlo*. Je méně pravděpodobné, že by si muž všímal, že v *posteli s nebesy* je ložní prádlo *krajkové a bílé*; mnohé ženě naopak při zjištění této informace bleskově projede hlavou, kolik úsilí tento efekt obvykle stojí a posune její interpretaci o kousek dál – majitelka bytu je čistotná, pečlivá dáma.

Tematika prádla se vyskytuje ještě dále: Nejenže je věta *Prohlídka zásuvek odhalila stohy froté ručníků ve světle nefritové zelené, něžné růžové a bílé*, opět věnována prádlu, ale svědčí i o další ženské doméně – barevných odstínech. Mnoho mužů má problémy s tím, co si představit pod *nefritovou zelenou*. Žena navíc barvám připisuje i jiný význam a vnímá jednotlivé tóny především citem, nejen smysly - odtud také pochází vyjádření *v něžné růžové a bílé*.

K *talkovému prášku*, natož k *pleťovým vodám* by mužova pozornost asi také směřovala pouze výjimečně.

Komický je moment, v němž *ohromná a bujná kapradina v zavěšeném květináči vypadala tak dokonale, že se jí hrdinka prostě musela dotknout, aby se ujistila, že je skutečná a ne umělá*. A co víc - *byla opravdová!* No jak také jinak? Umělý kýč by se do tak vkusného interiéru *přeci nehodil*.

Jiné v textu uvedené téma je ženská touha po mocném muži, kterému by ona dobrovolně podléhala. Obvykle v románech nečítáme o mužích pečujících o zahrádku, provádějících domácí úklid apod., kteří pokorně plní ženské pokyny. Naopak – čtenářky touží po nevyzpytatelném, sebevědomém, svobodném (samozřejmě ve smyslu *duševně*) a názorově vyhraněném ideálu, kterého žena nikdy nespoutá, který naopak ovládne jí. Jen takový muž může ženu navždy oslnit a ta mu pak oddaně položí své srdce a vlastně i sebe sama k nohám, a co víc – prožívá při tom pocit nekonečného uspokojení. Pokud je tedy hrdinka oním *Chasem přitisknuta, jakoby ji nechtěl pustit, jako by si její tvar chtěl vtisknout do těla*, nemůže to skončit jinak, než že *se mu poddá*. Žena chce vnímat mužovu dominanci, chce se cítit zmocňována, touží po vůdci, mezi jehož poddanými bude zmámeně figurovat i ona: *Všechny její smysly odpovídaly na mužnou sílu, kterou vnímala na svém těle. Jako by se jí krev v žilách*



rozezpívala. Toto nesmrtelné téma je v dílech řadících se do tzv. červené knihovny zpracováváno znovu a znovu.

Kromě role vůdce je muž často spojován s rolí ochránce, proto zde ani toto nechybí: „A potom bych tě hodně pevně obejmul.“ Objekt je mezi ženami obecně vnímáno jako jedna z nejpříjemnějších gest z mužovy strany.

### **Ženské prvky v textu:**

V textu je zřetelné ženské vnímání světa, mající svůj střed v ženské duši. Není podstatné, že je téměř nulová pravděpodobnost toho, že by jeden jediný muž byl jiný než všichni jiní muži na světě. Žena se tím nezabývá, neshání se po důkazech, ale prostě věří. V tomto místě se jistě ani čtenářka netáže, zda ten muž byl opravdu jediný nejlepší, ale jednoduše to přijme.

Celé téma ženské touhy po pravém, jedinečném muži a ženských pocitů s tím spojených, je neustále zmiňované v nejrůznějších dílech pro ženy. V textu pro muže bychom tyto atributy, navíc takto popisované, hledali obtížněji.

### **4.3.2 Rodokaps**

„Ty zvíře pitomý“, zabručel Penny a vstal, „co tě to jenom napadlo chodit si bez dovolení pryč?“

Vešel mezi křoviska a musel přivřít oči, jak ho větvičky začaly šlehat do očí. Když došel ke koni, vzal jeho otěže a vyprostil ho.

Muž za ním, který si přes obličej přetáhl šátek, se zvedl a bleskově ho udeřil do týla.

Penny se bez hlesu svezl a zůstal ležet.

„St!“ sykl zrzavý muž a druhý se k němu přiblížil. Plížili se bok po boku jako dva Indiáni, brali volně visící otěže koní a svazovali je po dvou k sobě. Když byli hotovi, vstali, vyšvihli se každý na jednoho koně a s ostatními zvířaty za sebou vyjeli. Pak ale jeden z koní zaržál a několik dalších se k němu přidalo.

Na jednom z vozů se probral Joe Flattery. Promnul si oči a zabručel: „Hej, co je? Penny, slyšíš?“

Penny neodpověděl. Místo jeho slov bylo slyšet vzdalující se dusot kopyt.

„Ksakru, kde jsou koně?“

Joe Flattery se podíval na místo, kde je uvázali. Nebyl tu ani jediný a jejich strážný taky ne.

„Penny!“ zařval Flattery a naráz vystřízlivěl. Za chvíli Penna našel – svázaného a s roubíkem v ústech.

„Člověče!“ spustil na něj, když mu vytáhl roubík.<sup>70</sup>

[...]

„Takže ty jsi mluvila,“ konstatoval chladně. „Vždycky jsi byla jako moje sestra a já doufal, že moje soukromé záležitosti nebudeš vykládat na potkání. Proč jsi to Flatterymu říkala?“

„Protože mám o tebe strach“, rozvzlykala se. „Bojím se i o otce. Už dva dny sedí na té bedně, nic nejí a jen se dívá před sebe. Já vím, co se v něm odehrává – ale proč to chceš řešit právě ty? Zničíš si život. Jestli zabiješ Morana nebo Howella, Esther tě bude nenávidět. Miluje tě, ale když jí zabiješ otce, bude po všem.“

[...]

„Joeli, proč jsi to nikdy neřekl. Myslela jsem, že ti víc záleží na tvém vlastním otci než na mém.“

„Muž nerad mluví o citech,“ odpověděl Joel a odvrátil se. „City jsou pro ženy a muž si je nesmí dovolit. Pokud to připustí, ovlivní celý svůj život. To je všechno.“<sup>71</sup>

### **Obecná charakteristika textu:**

Text je opět psán ve vyprávěcím slohovém postupu. Snaží se tedy podat děj jako skutek jedinečný a zajímavý. Forma projevu odpovídá uměleckému funkčnímu stylu, jedná se o žánr vyprávění s prvky popisu činnosti.

Text je určen specifickému adresátovi – čtenáři děl řadících se do dobrodružné literatury – westernu. V textu hovoří vypravěč a postavy. Obecně komunikační funkce je pobavit.

### **Slovní zásoba a syntax:**

Slovní zásoba odpovídá slovní zásobě uměleckého textu. Umělecký styl využívá všech útvarů a různých prostředků národního jazyka, včetně výrazů slangových či hrubých.

Jazyk ale zdaleka není tak bohatý, jako tomu bylo v předchozím příkladu.

Z hlediska větné stavby převažuje **poměr slučovací**, který signalizuje popis sledu událostí, jak jdou za sebou: „St!“ *sykl zrzavý muž a druhý se k němu přiblížil. Plížili se bok po boku jako dva Indiáni, brali volně visící otěže koní a svazovali je po dvou k sobě. Když byli hotovi, vstali, vyšvihli se každý na jednoho koně a s ostatními zvířaty za sebou vyjeli. Pak ale jeden z koní zaržál a několik dalších se k němu přidalo.* Popis děje prostřednictvím oznamovacích

<sup>70</sup> Barner, G. F.: *Krvavý písek*. Praha: Nakl. Ivo Železný, 1996, s. 8.

<sup>71</sup> Tamtéž, s. 47-48.

vět není přerušován dlouhými úvahami, dávajícími prostor např. větám přacíím či tázacíím. Ty bývají užity výhradně v případě přímé řeči, a to opět s cílem získat konkrétní odpověď od jedné osoby na danou otázku osoby druhé: *Ksaku, kde jsou koně?*, *Proč jsi to Flatterymu říkala?* Nevyskytují se žádné řečnické otázky, žádné tázací dovětky, které by mohly posloužit ke sblížení textu se čtenářem. Čtenář a text jsou zcela odděleni.

Autor nevyužívá ani personifikace, ani metafory, vyskytuje se pouze jeden frazém (*vykládat na potkání*). Text je zcela vážný – žádná stopa po ironii či po vtipu.

Dvakrát se vyskytuje výraz *zabručel* – ve smyslu *nevrle pronesl*. Poté, co postava *zabručela* podruhé, pokračovala větou *Hej, co je?*, přičemž výraz *hej* vypovídá o neoficiálnosti projevu. Toto slovo je obecně vnímáno jako jakési neslušné povykování, které by si mluvčí k adresátovi neměl dovolit. Pokud jej osoba pronese, znamená to, že si adresáta buď neváží, nebo jej interpretuje jako blízkého jedince, k němuž si takovýto přístup může dovolit.

Výraz *ksaku* obvykle značí náhlé rozčilení ze složité situace, která si následně žádá rychlé a mnohdy komplikované řešení. Je to opět slovo nespisovné, východiskem je latinské *sacer* („svatý, posvátný“) a jedná se o příklad „braní jména božího nadarmo“ při klení.

Základní linii tvoří **popis činnosti** (především hrdinů – mužů), vyjádřený mnoha slovesy: *vstal, vešel, musel přivřít oči, začaly šlehat, došel, vzal otěže, vyprostil, přetáhl, zvedl, udeřil, svezl a zůstal ležet, přiblížil, blížili se, brali, svazovali, vstali, vyšvihli se, vyjeli, probral se, promnul si oči, podíval se, uvázali, vystřízlivěl, našel, vytáhl, rozvzlykala se, sedí, nejl, dívá se, řešit, zničíš, zabiješ, odvrátil se.*

Slovesa uplatněná v souvislosti se ženou už většinou nepopisují činnost, ale naopak mají charakter citový: *mám strach, bojím se, nenávidět, miluje, myslela jsem, záleží ti.*

Deminutivum *větvíčky* vyjadřuje objektivní označení malého rozměru, což má posloužit k bližší představě komplikací spojených s prodíráním se mezi nimi, a neznačí vztah mluvčího k objektu, který mu připadá „roztomilý“, jak tomu často bývá u užití deminutiv v textech pro ženy. *Křoviska* je opět trefné pojmenování těžko prostupného větvoví.

**Výraz člověče** pro oslovení muže by feministkami mohlo být napadeno pro ignorování ženského pohlaví. Zřejmě si lze ale jen obtížně představit, že by mluvčí toto oslovení v textu použil i v tom případě, že by svázaná a s roubíkem v ústech byla žena. Pak by zmíněné oslovení mělo jakousi mírně nedůstojnou konotaci. Oslovovat ženu výrazem *člověče* zní neslušně. Není to tedy projevem nespravedlnosti, nýbrž větší úcty k ženám. Ženu obvykle oslovujeme výrazy *paní, dámo, slečno, madam* apod.; výraz *člověče* pak v této konkurenci zní nevhodně.

### **Tematika:**

Text popisuje napínavý průběh událostí v takovém sledu, jak jdou za sebou. Úryvek líčí noční situaci, kdy dva muži ukradnou svým spícím protivníkům koně, v další části pak rozhovor hrdiny se ženou.

Text je strohým popisem děje, bez zachycení jakýchkoliv myšlenkových pochodů hrdinů. Text si neklade za cíl vyvolat ve čtenáři úvahy o sobě samém. Cílem je čtenáře čistě jen pobavit, ne však už vyprovokovat v něm pocit sounáležitosti s hlavním hrdinou. Čtenář a hrdina už nepatří do jedné skupiny lidí, která prožívá tytéž problémy a tím samym způsobem, jako tomu bylo v případě předchozího textu, kde je hrdinka v podstatě zástupkyní všech žen.

Mužské postavy jsou vyobrazeny jako udatní, nebojácní a stateční muži, kteří více jednají než přemýšlejí, o citech nemluvě. Žena je naopak vyobrazována jako jemná, citově méně stabilní osobnost.

Věta *To je všechno.*, kterou *Joel* dokončí svůj slovní projev, dokazuje mužskou snahu o stručnost a dominanci. V předchozích třech větách své stanovisko vyjádřil a touto poslední větou jasně signalizuje svůj záměr celý rozhovor na toto téma ukončit. Ženy obvykle i po dokončení své výpovědi čekají na odezvu; komunikace na jakékoliv téma by mohla být nekonečná. Na závěru se mluvčí teprve dohodnou, neudává jí pouze jeden jedinec.

V ukázce je prokázán obecný názor, že ženy jsou více upovídané, muži si naopak informace nechávají pro sebe a nepotřebují je šířit dál: *Takže ty jsi mluvila... já doufal, že moje soukromé záležitosti nebudeš vykládat na potkání.; Joeli, proč jsi to nikdy neřekl.* Co se týče vlastních citů, jsou rozdíly ještě větší. Je nevhodné, aby se muž bavil o svých pocitech: *Muž nerad mluví o citech. City jsou pro ženy a muž si je nesmí dovolit.*

Jak je v literatuře pro ženy základním tématem láska, tak je v literatuře určené mužům základním tématem boj a násilí: *Muž za ním, který si přes obličej přetáhl šátek, se zvedl a bleskově ho udeřil do týla.; Za chvíli Penna našel – svázaného a s roubíkem v ústech.* Muž jako by celý svůj život musel být konfrontován s nepřítelem, před nímž musí být nepřetržitě na pozoru.

### **Mužské prvky v textu:**

V textu se projevuje mužské vnímání světa: nezabíhá do citové sféry, věnuje se především hmatatelným důkazům a objektům, které může registrovat vlastními smysly. O tom svědčí mj. prostor, který je věnován popisu činnosti. V textu pro ženy bychom předpokládali větší snahu o subjektivní zprostředkování pocitů hrdinů; zde je naopak místo zaplněno objektivním

popisem sledu událostí. Před otázkou *Jak* (ve smyslu *s jakým pocitem*) *to hrdina prožil?* má přednost otázka *Co hrdina prožil?*

Z hlediska slovní zásoby je velké využití sloves z oblasti provádění mechanické činnosti, vysledovat lze i jistý hrubší výrazový ráz, související s mužskou tematikou boje.

## 5.0 Závěr

Tato diplomová práce měla za cíl shrnout a prokázat rozdíly ve vyjadřování příslušníků obou pohlaví. Jisté odlišnosti byly patrné ve výsledcích dotazníku, z nichž nejvýznamnější je fakt, že muži při pozdravu využívají jakoby bojových výrazů, v oslovování jsou oficiálnější a vyhýbají se příliš osobním oslovením (jako např. *mamčo*, *taťuldo*, *ňufičku*), při komunikaci s partnerkou jsou méně aktivní, ve skupinové práci raději zvolí vedoucího a téma hovorů směřují především na úkol. Ženy jsou naopak co do emocionality vyjadřování mnohem uvolněnější, při komunikaci s partnerem aktivnější, ve skupinové práci uplatňují zásady demokratické dohody a diskutují na rozmanitá témata.

V textech specifikovaných konkrétně pro ženy převažuje výrazová i tematická emocionalita, důvěrnost, citová blízkost, konkrétnost, subjektivnost a osobní zaujetí. Mezi komunikačními partnery vzniká vztah důvěrnosti a porozumění.

Ženy se spíše vyhýbají vulgárním výrazům a častěji využívají zeslabené formy. Ženský jazyk je bohatší na metafory, personifikaci, hyperbolu a deminutiva.

Při verbální interakci lze u žen pozorovat menší aktivitu, než je tomu u ústního projevu mužů, kteří hovoří obvykle déle. Ženy hovoří rychleji než muži a bývají častěji přerušovány, naopak častěji než muži určují téma hovoru.

Ženy mají tendenci vztahovat výpověď na svoji osobu a chápat si situaci jako důvěrnou, muži naproti tomu častěji zobecňují svou výpověď.

Ženy častěji užívají paralingvistické jazykové prostředky, jako jsou vzlyky, vzdechy, neartikulované zvuky.

Ženský „horizontální“ interakční způsob je orientovaný na souhlas, naproti tomu mužský „vertikální“ způsob se zaměřuje na výsledek a konflikt a muž při komunikaci usiluje o zachování svého hierarchického zařazení.

U mužů dominuje odstup, neutralita, oficiálnost a objektivnost. Mezi komunikačními partnery často vzniká vzájemná rivalita. Mužský hovor se vyznačuje autoritativností, nezávislostí a je zaměřen na podání informací.

Mužský text je objektivní, nezabíhá do citové sféry a je v něm zřetelná větší agrese, a to jak v rovině tematické, tak v rovině lexikální.

## 6.0 Seznam použité literatury

### 6.1 Prameny literární

- 1) ČECHOVÁ, M. a kol.: *Čeština – řeč a jazyk*. 2. vyd. Praha: ISV, 2000. 407 s. ISBN 80-85866-579.
- 2) ČERMÁK, F.: *Jazyk a jazykověda. Přehled a slovníky*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2001. 341 s. ISBN 80-246-0154.
- 3) ČMEJRKOVÁ, S.: Kdo je Ty? Jazyk pro dívčí časopis aneb syntetizovaná čtenářka. In: NEBESKÁ, I., A. MACUROVÁ (ed.): *Jazyk a jeho užívání. Sborník k životnímu jubileu prof. O. Uličného*. Praha: FF UK, 1996, s. 265-274. ISBN 80-85899-19-1.
- 4) ČMEJRKOVÁ, S.: Jak mluví ženy a jak mluví muži. In: ČMEJRKOVÁ, S., DANEŠ, F. a kol.: *Čeština, jak ji znáte i neznáte*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. ISBN 200-0589-7.
- 5) ČMEJRKOVÁ, S.: Jazyk pro druhé pohlaví. In: Daneš, F. a kol.: *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. 1. vyd. Praha: Academia, 1997, s. 146-157. ISBN 80-200-0617-6.
- 6) DISMAN, Miroslav: *Jak se vyrábí sociologická znalost*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2002. 374 s. ISBN 80-7066-822-9.
- 7) HOFFMANNOVÁ, J.: *Stylistika a... Současná situace stylistiky*. 1. vyd. Praha : Trizonia, 1997. 200 s. ISBN 80-85573-67-9.
- 8) KARLÍK, P., NEKULA, M., RUSÍNOVÁ, Z. (ed.): *Příruční mluvnice češtiny*, 2. vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1995. ISBN 80-7106-134-4.
- 9) LINKE, Angelika u.a.: *Studienbuch Linguistik*. 5. vyd. Tübingen: Niemeyer, 1991. 422 s. ISBN 978-3484311213.
- 10) TANNENOVÁ, D.: *Ty mi prostě nerozumíš. Jak spolu mluví ženy a muži*. 1. vyd. Praha : Mladá fronta, 1995. 336 s. ISBN 80-204-0470-8.
- 11) VALDROVÁ, J.: Je přechylování spisovné? In: *Spisovnost a nespisovnost - zdroje, proměny a perspektivy. Sborník z mezinárodní konference*. Minářová, E./K. Ondrášková (eds.). Brno: PdF MU, 2004, s. 172-177. ISBN 80-210-3568-4.

## 6.2 Internetové zdroje

- 1) *FEMINISTICKÁ SKUPINA 8. BŘEZNA* [online]. [cit. 2007-04-19]. <<http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3stereotypy.html>>.
- 2) *FEMINISTICKÁ SKUPINA 8. BŘEZNA* [online]. [cit. 2007-04-19]. <<http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3hovory.html>>.
- 3) *FEMINISTICKÁ SKUPINA 8. BŘEZNA* [online]. [cit. 2007-04-19]. <<http://anarchofeminismus.ecn.cz/files/pc3feministickalingvistika.html>>.
- 4) *FEMINISTICKÁ SKUPINA 8. BŘEZNA* [online]. Říjen 2003, [cit. 2007-04-19]. <<http://fs8brezna.ecn.cz/files/pc5.pdf>>.
- 5) *WIKIPEDIA. Die freie Enzyklopädie* [online]. Diese Seite wurde zuletzt am 3. Mai 2007 um 05:03 Uhr geändert [cit. 2007-04-12]. <<http://de.wikipedia.org/wiki/Feminismus>>.
- 6) *feminismus.cz. O ŽENÁCH, MUŽÍCH, FEMINISMU A GENDER STUDIES* [online]. 23. 3. 2001, [cit. 2007-04-16]. <<http://www.feminismus.cz/index.shtml?x=115111>>.
- 7) *Občanská společnost* [online]. 28. 12. 2005, [cit. 2007-04-19]. <<http://obcan.ecn.cz/index.shtml?w=r&x=138377>>.
- 8) *ženy a věda* [online]. 2003, [cit. 2007-04-23]. <[http://www.zenyaveda.cz/html/index.php?s1=1&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&what=jana%20valdrová&m=3&typ=pdf&lng=12&user\\_url=&menu\\_id=1&m=1&typ=clanek&recid\\_cl=369&menu\\_id=1](http://www.zenyaveda.cz/html/index.php?s1=1&s2=0&s3=0&s4=0&s5=0&s6=0&what=jana%20valdrová&m=3&typ=pdf&lng=12&user_url=&menu_id=1&m=1&typ=clanek&recid_cl=369&menu_id=1)>.